**Раздел 4.   
Контент веб-сайта**

**4.1. Содержание информационного блока**

*О проекте:*

Реализация дистанционного курса финансовой грамотности для индивидуальных предпринимателей ориентирована на создание необходимых условий успешной предпринимательской деятельности, повышение уровня предпринимательской культуры, формирование у индивидуальных предпринимателей компетенций в области эффективного управления финансовыми ресурсами, используемыми в коммерческой деятельности. Программа дистанционного курса осуществляется в рамках проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

*Цель проекта:*

Целью проекта является содействие формированию разумного финансового поведения индивидуальных предпринимателей, получению знаний и практических навыков в области управления финансами, включая финансовое планирование, привлечение инвестиций, оптимальное распределение финансовых ресурсов.

*Задачи проекта*

– рассказать Вам о предпринимательском образе мышления как основе грамотного финансового поведения при ведении предпринимательской деятельности;

– познакомить Вас с требованиями и процедурами регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей для выбора наилучшей модели личного финансового поведения;

– ознакомить Вас с методами анализа рынка, ценообразования и конкуренции для правильного выбора сферы ведения бизнеса и установления конкурентоспособных цен на свою продукцию (услуги);

– помочь Вам в выборе наиболее предпочтительных источников финансирования с учетом специфики Вашей предпринимательской деятельности;

– помочь Вам понять методы бизнес-планирования как необходимого средства для рационального использования личных и привлекаемых финансовых ресурсов;

– ознакомить Вас с мероприятиями по государственной поддержке малого бизнеса для расширения доступа к дополнительным финансовым ресурсам;

– дать Вам возможность оценить собственные навыки управления финансами и финансового контроля и развить их для собственной предпринимательской деятельности;

– рассказать Вам о причинах возникновения и видах рисков, связанных с предпринимательской деятельности в современных условиях и способах их предотвращения или сокращения;

– познакомить Вас с законными способами оптимизации налоговых платежей, что позволит рационально распоряжаться финансовыми ресурсами.

*Целевая аудитория:*

Доступность для граждан занятий малым бизнесом предполагает не только наличие институциональных и финансовых условий, но и возможность своевременного и удобного получения информации о способах и особенностях ведения предпринимательской деятельности. Это особенно важно для индивидуальных предпринимателей, у которых личные финансы и средства, используемые для хозяйственной деятельности, не разделены. Соответственно, проблема информированности и специального финансового образования людей, занимающихся малым бизнесом либо задумывающихся об этом, приобретает не меньшее значение, чем наличие свободных финансов или производственных мощностей.

Целевой аудиторией проекта выступают индивидуальные предприниматели, а также лица, потенциально готовые к открытию и ведению собственного дела. Результаты анализа осведомленности этих категорий населения в вопросах финансовой и экономической грамотности позволяют утверждать, что целенаправленная работа по формированию необходимых навыков управления финансами на современном этапе развития финансовой сферы российской экономики является недостаточной. Лишь малая часть населения, вовлеченная в предпринимательскую деятельность, в достаточной мере владеет знаниями о наиболее распространенных финансовых институтах и инструментах, правовых особенностях их использования, методах анализа и проектирования бизнес-процессов, основанных на привлечении инвестиций.

*Используемые методы обучения:*

Управление финансами не является ключевой компетенцией как формализованного образования (школьного, среднего специального, вузовского), так и самообразования. Большую часть сведений в этой сфере действующие и потенциальные предприниматели получают либо случайным образом, либо в процессе практической деятельности, что ведет к высоким рискам при принятии финансовых решений.

Вместе с тем при повышении уровня финансовой грамотности данной категории населения необходимо учитывать следующие условия:

– индивидуальные предприниматели, как правило, ограничены в возможностях личного присутствия на обучающих мероприятиях в силу нехватки времени;

– существенно различаются сферы деятельности предпринимателей и масштабы предприятий, что предполагает дифференцированный подход к выбору учебной проблематики;

– для индивидуальных предпринимателей «управление финансами» – это задача, зачастую требующая решения «здесь и сейчас», не ограничивающаяся только освоением теоретических знаний и предполагающая обязательное освоение практического инструментария. Поэтому наиболее адекватным методом обучения выступает дистанционное обучение, основанное на использовании интернет-технологий и использующее адаптированное к таким технологиям методическое и информационное обеспечение: доступ к учебно-методическим материалам, проведение вебинаров по проблематике финансовой грамотности, коммуникативные возможности интернет-форума, включая организацию «обратной связи» с экспертами в области финансовой грамотности.

*Преимущества методов:*

Максимальное использование преимуществ дистанционных технологий обучения, основанных на интернет-технологиях, предполагает:

– возможность удаленного доступа обучающегося к информационным ресурсам вне зависимости от места его проживания;

– возможность для обучающегося самостоятельно выбрать темп и объем освоения материала исходя из индивидуального режима жизнедеятельности;

– возможность для обучающегося самостоятельно формировать программу обучения, акцентируя внимание на наиболее значимых для него темах;

– возможность использования практически неограниченного объема информационных ресурсов правового, теоретического, аналитического, дискуссионного характера;

– возможность организации оперативной «обратной связи» в процессе освоения материала;

– возможность использования методик сообучения, когда все участники образовательного процесса обладают равными возможностями для обмена информацией.

**4.2. Содержание методического блока**

*Тема:* **Развитие предпринимательского образа мышления**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Что такое предпринимательство и предпринимательское мышление
2. Мотивация к предпринимательской деятельности
3. Умение найти идею и сформулировать цель
4. Готовность к риску и способность пережить неудачу

*Цель:*

Дать характеристику основным аспектам индивидуальной предпринимательской деятельности и особенностям предпринимательского типа мышления.

*Задачи:*

– рассмотреть ключевые понятия предпринимательства и предпринимательского мышления;

– раскрыть мотивационные установки предпринимателя, особенности их проявления при ведении бизнеса;

– рассмотреть вопросы, необходимые для формирования грамотного понимания процесса поиска бизнес-идей и формулировки целей предпринимательской деятельности;

– раскрыть ситуацию риска как наиболее типичную для ведения предпринимательской деятельности.

*Компетенции:*

Ф21. Соизмерять свои финансовые возможности и потребности.

О23. Осознавать ответственность за собственные финансовые решения.

О25. Обладать мотивацией повышать финансовую грамотность.

О26. Осознавать, что деньги – средство для достижения цели, а не собственно цель.

Л1. Понимать необходимость формирования предпринимательского образа мышления.

Л2. Понимать необходимость получения базовых профессиональных знаний по управлению финансами для осуществления предпринимательской деятельности.

Л3. Понимать возможности и ограничения использования личных сбережений для предпринимательской деятельности.

Л10. Иметь финансовые цели и мотивацию к их достижению.

Л11. Иметь мотивацию делать накопления на старость (в т. ч. пенсионные сбережения).

Л12. Иметь мотивацию к увеличению собственных финансовых средств для удовлетворения личных потребностей (образование детей, отдых, приобретение недвижимости и т. п.).

И13. Осознавать, что деньги должны работать.

Д11. Быть мотивированным к достижению финансовых целей как результату предпринимательской деятельности.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать в начале освоения материала.

Она дает возможность более глубоко освоить темы «Выбор источников финансирования предпринимательской деятельности», «Анализ рынка, ценообразование и конкуренция», «Управление финансами и финансовый контроль».

***1. Что такое предпринимательство и предпринимательское мышление?***

Любой человек, начинающий или уже имеющий опыт работы, рано или поздно сталкивается с вопросом о возможности открытия собственного дела, стать предпринимателем. Но хорошо ли мы понимаем, что стоит за этим словом?

Если исходить из дословного толкования, то предприниматель – это человек, который что-то начинает делать, причем по собственному убеждению, осознавая необходимость этого. То есть в основе предпринимательства – ДЕЛО, создание чего-либо полезного и необходимого. Кстати, точно такое же значение имеет и английское слово business, которое является корнем в слове «бизнесмен». Но мы постоянно что-то делаем, становимся ли мы от этого предпринимателями? Очевидно, здесь необходимо соблюдение и других условий.

Во-первых, ДЕЛО, которое мы выбираем, должно быть полезным для других, это лежит в основе возможности получить вознаграждение за наши усилия.

Во-вторых, этим ДЕЛОМ придется заниматься на регулярной основе (предприниматель – профессионал, а не любитель), оно потребует концентрации и постоянного внимания, вполне вероятно, что и в ущерб личному времени.

В-третьих, ДЕЛО – это личная ответственность, винить кого-то или что-то в собственных неудачах не получится, поскольку решения принимаешь сам, и отвечать за них надо тоже самому.

В-четвертых, ДЕЛО должно быть выгодным, то есть предполагаемый результат должен не только компенсировать приложенные усилия (финансовые вложения, интеллектуальные затраты, личное время), но и привести к образованию положительной разницы, которую мы можем использовать для дальнейшего развития. Не случайно в Гражданском кодексе РФ предпринимательство обозначается как «экономическая деятельность, направленная на систематическое получение [прибыли](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C) от производства и/или продажи [товаров](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80), оказания [услуг](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B0)».

В-пятых, ДЕЛО перестает быть исключительно вашей затеей, поскольку в нем оказываются задействованными масса участников: государство, которое узаконивает право заниматься предпринимательством, осуществляет контроль, взимает налоги и т. д.; потребители, которые своим кошельком «голосуют» за ваше дело; поставщики, которые создают условия для вашего дела; посредники, которым можно поручить какую-то часть работы, и многие другие.

Именно соблюдение этих условий позволяет превратить то, что мы умеем делать или организовывать, в возможность получения прибыли, ради которой, собственно, предприниматель и открывает собственное дело.

Прибыль – это то, что остается от поступивших денег за проданные товары или оказанные услуги после оплаты всех расходов, необходимых для выполнения заказов и уплаты налогов. В расходы входят и одноразовые траты, например, оплата материалов и комплектующих изделий (или товара в случае торгового бизнеса), и траты за определенный период времени, например, оплата аренды помещений, услуг телефонного узла, коммунальных услуг, заработная плата. Кроме того, нужно уплатить все налоги.

Прибыль – основа предпринимательского мышления. Обычно итоги подводятся за месяц, потому что при расчете прибыли необходимо учесть как все текущие платежи за месяц, так и все поступления за тот же период. Предприниматель может ежемесячно планировать расходы из прибыли, и каждый месяц видит, какие деньги можно потратить на текущие платежи и на развитие фирмы.

Прибыль – самый важный собственный ресурс предпринимателя для развития бизнеса. Прибыль делает бизнес стабильным и крепким, а предпринимателя преуспевающим. Заметим, что большую часть расходов, произведенных предпринимателем на развитие бизнеса (приобретение оргтехники, покупка автомобиля, оборудования, мебели и многое другое), можно производить только из прибыли. Если прибыли нет, то и говорить нечего. Если ее мало, то что-то нужно исключать. Но если все сделано правильно и прибыли много, то это вовсе не означает, что всю ее нужно спустить.

Как это ни покажется парадоксальным, именно прибыль – цель, суть и важнейший экономический критерий успешности бизнеса – многими предпринимателями попросту игнорируется и превращается в бухгалтерскую расчетную манипуляцию. Зачастую предприниматели не понимают экономического смысла прибыли и необходимость управления ею.

*Пример: Предприниматель был убежден, что всегда делал только абсолютно необходимые и своевременные платежные операции. В своем управлении фирмой он строго руководствовался состоянием расчетного счета и обязательными платежами (налоги, заработная плата, оплата услуг и т. п.). Поэтому он никогда не располагал точной информацией, какая сумма денег может быть потрачена в данном месяце на развитие бизнеса.*

*А поскольку затрат всегда больше, чем денег на их осуществление, предприниматель стал расходовать на развитие деньги, заложенные в стоимость материалов, то есть тратить на развитие оборотные средства. Поэтому руководимая им фирма оказалась неспособной выполнять возрастающий объем заказов. Только из-за ошибочных действий предпринимателя бизнес стал терять прибыль, потому что стали снижаться объемы производства и, соответственно, продаж. Наглядный пример, как во имя светлого будущего губилось хорошее настоящее.*

Если предприниматель не управляет прибылью, то это означает только одно – он не понимает экономики бизнеса и не сможет эффективно управлять и финансами. Прибыль – это своеобразный индикатор, как лампочка на панели управления автомобиля, сигнализирующая об остатке топлива в баке. Если прибыли нет, то красная лампочка мгновенно загорается. Такой бизнес долго не протянет, если не принять немедленных мер по его улучшению. Любое действие предпринимателя сказывается на экономике бизнеса.

Таким образом, для бизнеса хорошо все то, что увеличивает прибыль, потому что она делает сам бизнес сильнее. Прибыль сегодня – это укрепление позиций бизнеса сегодня и лучший способ укрепить их в будущем. Предприниматель должен «семь раз отмерить», прежде чем совершить действия, приводящие к уменьшению прибыли в настоящий момент.

Для успешного управления прибылью необходимо усвоить очень важный принцип предпринимательства: сначала заплати бизнесу. Сначала заплатите себе, т. е. отложите, ту сумму, которую вы сами назначили, например, 10% от заработанного. Ведь именно вы заработали эти деньги, поэтому и заплатите в первую очередь себе на развитие бизнеса. А уж из того, что остается — а остается совсем немало – 90%! — в порядке важности делайте остальные платежи, раздавайте уже деньги другим.

Совсем не обязательно платить другим, если время платежа еще не пришло. Точно так же, совсем не обязательно оплачивать все, что запланировано. Что-то можно перенести и на следующий месяц. Понятно, что денег всегда не хватает. И не будет хватать, если расходовать их как обычно. Но если заплатить сначала себе, то деньги начинают появляться.

В бизнесе все происходит точно так же, как и в домашних делах. Если человек вечно ходит в долгах, то и в бизнесе у него дела будут идти точно так же.

*Вспомним, как обычно расходуется заработная плата. Составляется перечень и очередность расходов или же все это уже известно так, что выучено наизусть. Например:*

– *оплатить счета за электричество, воду, газ и коммунальные услуги;*

– *оплатить телефон и Интернет;*

– *отложить деньги на бензин и ремонт автомобиля;*

– *оплатить лечение зубов;*

– *купить продукты;*

– *отдать в ремонт обувь и т. д. и т. п.*

*Этот список можно продолжать и продолжать.*

*Таким образом, сначала платим всем вокруг: электроэнергетической компании, водоканалу, газовой компании, ЖЭКу, телефонной компании, АЗС и автосервису, стоматологу, магазинам, сапожной мастерской и др. Деньги раздаются всем. Себе, как и водится, ничего или почти ничего не остается.*

Поэтому из денег, поступивших на счет, в первую очередь заплатите бизнесу. Не себе, как «дорогому и любимому» человеку, а «предпринимателю», который эти деньги заработал. Взяли товары со склада – сразу пополните запас (оборотные средства). После этого можно определять очередность платежей уже всем остальным – зарплату, оплату аренды, коммунальных услуг, налогов и пр.

И если образовалась прибыль, то в первую очередь заплатите бизнесу на развитие. А уж всякую там новомодную мебель и дорогие игрушки, нужные для создания «впечатления», можно отложить и на потом или купить из того, что останется.

Кроме прибыли, есть еще один ресурс, который может и обязан использовать предприниматель для развития бизнеса, – это его время. Всем известны популярные фразы типа «Время – деньги», «Время нужно экономить» и тому подобные. Приведем некоторые выдержки из книги Р. Кийосаки «Руководство Богатого папы по инвестированию»:

*«С той минуты, когда ты начинаешь думать о времени как о чем-то драгоценном, о чем-то имеющем цену, ты начинаешь становиться богаче».*

*«Время важнее денег. Именно поэтому люди летают на самолете и покупают билеты в несколько раз дороже, чем на поезд, но при этом в несколько раз выигрывают по времени».*

*«Люди (богатые люди) покупают время, а не экономят его. Поскольку время имеет ценность, его можно и нужно инвестировать».*

*«…Практически каждый человек может стать миллионером, если будет просто следовать долгосрочному плану. Но опять-таки, большинство людей не хотят инвестировать время. Они хотят открыть свой бизнес и бросаются в него сломя голову, не имея базовых навыков в этой области, хотят стать богатыми сегодня».*

В приведенных высказываниях содержится очень важный смысл для предпринимателя: время имеет ценность и может быть инвестировано. Мы сейчас только и слышим, что всем нужны инвестиции, и создается впечатление, что инвестиции – это только деньги. Но инвестиции – это ЛЮБЫЕ вложения в будущие результаты.

Время – самый ценный ресурс на стадии подготовки человека к предпринимательству и подготовки будущего бизнеса. Этим ресурсом располагает каждый, кто хочет стать предпринимателем, и только от него самого зависит, насколько эффективно он может этот ресурс использовать. Успех приходит к тем, кто начинает готовить себя к предпринимательству заблаговременно, а не после открытия бизнеса.

В первое время после открытия бизнеса предпринимателю приходится очень много работать. Этого требуют бизнес и обстоятельства. Предприниматель создает инфраструктуру своего бизнеса, осваивает все виды работ, ищет клиентов и поставщиков и многое другое. Это период инвестирования своего времени в бизнес. Именно в это время бизнес интенсивно растет, значительно увеличиваются объемы продаж, растет прибыль и сильно повышается стоимость бизнеса.

В дальнейшем предпринимателю придется много времени вкладывать в новую продукцию. Время и здесь оказывается не менее важным ресурсом, чем деньги. Конечно, за деньги можно купить проект, оборудование, можно нанять специалистов, запустить производство или торговлю. Но только в голове предпринимателя может родиться новая идея, которая потребует от него времени для ее формулирования, оценки, обдумывания плана освоения и пр. И это тоже будет инвестированием времени предпринимателя в свой бизнес.

Следуя долгосрочному плану и инвестируя время в свой бизнес, предприниматель может стать состоятельным, после того как бизнес станет успешным и начнет приносить ему доход. Суть инвестиций заключается в том, что производятся они один раз, а доход от них образуется многократно.

Когда человек получает образование, он не тратит на это свое время, а инвестирует его. Он надеется, что в будущем найдет себе хорошую работу и будет получать хороший доход. Таким образом он рассчитывает, что его инвестиции – вложенное в образование время – с лихвой окупятся в будущем. Предпринимательству не учат. Но предприниматель создает себя сам, он всегда в чем-то самоучка. Инвестируя время в обучение, предприниматель овладевает базовыми навыками в бизнесе и становится подготовленным к нему. Успех настоящих и будущих победителей заключен в знаниях, которые они смогут приобрести с помощью самообразования и из опыта, который они приобретут, работая в бизнесе. Если есть возможность где-то поучиться тому, что записано в вашем долгосрочном плане, то такой возможностью не стоит пренебрегать.

Как видим, предпринимательская деятельность непростое занятие, требующее серьезного и обдуманного подхода, оценки своих способностей и возможностей. Интересно, что многие специалисты – теоретики и практики бизнеса – до сих пор спорят, можно ли научить человека быть предпринимателем. Но все они сходятся во мнении, что обязательным является наличие «предпринимательского мышления», особой формы видения мира и своего места в нем. Наверное, каждый из нас интуитивно согласится с этим выводом, но не всегда может объяснить, что это значит.

Что же такое предпринимательское мышление?

1. Четкое видение и понимание своих целей в жизни. Предприниматель делает в основном то, что ему хочется и нравится. Все необходимые, но неприятные дела он сводит к необходимому минимуму.

2. Желание работать на себя. Не потому, что «не хочу работать на дядю», а потому, что просто хочет работать на себя, не попадая в зависимость от других людей.

3. Умение и желание брать на себя ответственность за свою жизнь, доходы, содержимое холодильника, гардероб жены и прочие материальные ценности и связанные с ними удовольствия.

4. Особое отношение к деньгам. Предприниматель не дрожит над каждой копейкой. Для него деньги – инструмент для свершений в жизни. Чтобы делать большие дела, нужны большие деньги. И предприниматель это понимает. Поэтому ему не страшно вложить миллион и потерять его. Потому что другие 4 миллиона вложены в проекты, которые приносят прибыль.

5. Позитивное восприятие слова «инвестирование» не как затраты, а как получение дополнительных возможностей и постоянное использование этого процесса. Предприниматель понимает, что, купив обучающую книгу, он не потратился, а вложил. Что приобретение тренинга – это инвестиции в голову, а употребление качественных продуктов – это инвестиции в здоровье.

6. Умение извлекать выгоду из любой ситуации. Даже из самой проигрышной для предпринимателя. Для него подходят следующие выражения:

«Если нельзя, но очень хочется (нужно), то можно»;

«Нет ничего невозможного. Если окружающие говорят, что это просто нереально, то это просто… мнение окружающих».

7. Предприниматель любит экспериментировать. Он с радостью принимает новинки, возможности, не упускает шансы. Обычный человек привык отбрасывать шансы, даже если они бегут ему навстречу и бросаются в руки, а предприниматель сначала возьмет шанс (если только не уверен на 100%, что ему это не нужно), а потом уже смотрит, подходит ему это или нет.

8. Умение сосредоточиться на важных для себя вещах: «…и пусть весь мир подождет!» Это умение позволяет выработать привычку все делать «здесь и сейчас», а не «там и потом».

9. Уважение к партнерам, клиентам, своим работникам: будь это «честное слово» в переговорах или продажа товаров, услуг, возможностей, или оплата выполненных работ. Доброе имя – важный ресурс, причем весьма дорогостоящий.

10. Умение быстро найти нужные связи, ресурсы, возможности для осуществления какого-то этапа своей деятельности. Договориться с тем, с кем договориться невозможно. И при этом сохранить умение говорить «нет». «Нет» не потому, что занят или лень, а потому, что не нравится и не согласен.

11. Готовность к осуществлению деятельности чужими руками (найм работников и фрилансеров). Здесь требуется не только доверие, но и умение координировать и контролировать, то есть управлять процессом, а не делать все самому.

Конечно же, все описанное выше не является врожденным даром, хотя и бессмысленно отрицать необходимость определенных склонностей. Мышление нельзя изменить одномоментно. Не исключено, что такой момент и настанет, когда все разложится по полочкам, но до того, как это произойдет, может пройти много времени, пока отдельные мысли сложатся в образ мышления.

«Когда ученик готов, учитель явится» – эти слова из Писания абсолютно верны. Но, чтобы «ученик» стал готов, ему придется изрядно потрудиться – постоянно тренировать свой мозг, задавая ему задачки. Предпринимательское мышление вполне возможно развивать, и в этом могут помочь изучение специальной литературы, посещение различных курсов и тренингов, собственный опыт, в конце концов.

Безусловно, очень полезны книги о предпринимателях, добившихся выдающихся успехов, – о тех, кто в совершенстве владеет таким образом мышления. Возможно, что однажды вы возьмете в руки книгу, мимо которой проходили много раз, и увидите, что это как раз и есть то, что вам нужно для полного счастья.

Говоря об образе мышления, приведем еще один известный афоризм: *«Если 100 тысяч – самая большая цифра, которая умещается в голове предпринимателя, то и его бизнес будет таким же. И только после того, как он станет мыслить категориями в 100 миллионов, его бизнес станет давать соответствующую отдачу»*.

С другой стороны, часто можно увидеть, как человек, серьезнейшим образом изменяющий свой статус, становясь предпринимателем, сохраняет неизменным свой образ мышления, и поэтому возникают проблемы. В этом смысле очень показательно отношение вчерашнего наемного работника к своему новому детищу – бизнесу. До молодого предпринимателя не сразу доходит, что он платит всем заработную плату из своего кармана, ведь еще вчера он «выбивал» себе у начальника новую должность, не задумываясь, откуда возьмутся деньги на его заработную плату. Теперь же он имеет возможность взять на работу любого человека, не преодолевая никакого сопротивления, и берет, не подозревая о том, что этот новый сотрудник «съест» половину его собственного дохода. Такой же подход можно наблюдать и в отношении к любым другим расходам, если предприниматель остается в собственном бизнесе на позиции специалиста, работающего в нем по найму. В результате бизнес всегда остается без денег.

Предпринимательский образ мышления – это не свод законов и предписаний, а, скорее, набор правил и подходов к решению всего многообразия задач, возникающих перед предпринимателем в процессе создания и управления бизнесом. Предпринимательский образ мышления не говорит, что нужно сделать в данном конкретном случае. Он говорит, чем нужно руководствоваться при решении возникших проблем.

Например, предпринимателю приходит в голову великолепная идея, и поэтому нужно все бросить и поскорее заняться только ей. Однако предпринимательский образ мышления предостерегает: это только одна сторона медали. У нее обязательно есть и оборотная сторона, которую всегда нужно найти и понять. Ведь именно там, скорее всего, спрятаны серьезные проблемы. Именно так предпринимательский образ мышления вырабатывает подход к решению самых разных проблем.

Выработка предпринимательского образа мышления – не одномоментное действие, вроде регистрации собственного предприятия. Факт регистрации, может быть, и тешит самолюбие человека, но автоматически не превращает его в предпринимателя. На формирование предпринимательского мышления может уйти немало времени. Хотя каждому может потребоваться свое время, многое зависит от способностей человека к предпринимательской деятельности, а также от накопленного опыта и знаний.

*Например: Инженер, специалист по электроинструменту, решил открыть свой бизнес – мелкооптовую и розничную торговлю электроинструментом. Он пригласил к себе на работу своего коллегу, тоже инженера, которому поручил заниматься маркетингом. Через некоторое время к ним обратился завод, выпускающий электроинструмент, с предложением продавать его продукцию. Специалист по маркетингу, как знающий инженер, быстро нашел в предлагаемой продукции ряд недостатков и дал заключение, что этим инструментом не стоит заниматься. Предприниматель, тоже как знающий инженер, согласился с доводами своего коллеги и отказался от предложения завода.*

*Однако такое мнение о продукции завода не было единственным. Руководитель продажами конкурирующей фирмы счел этот инструмент вполне достойным для включения в свой ассортимент. Он тоже знал о недостатках продукции завода. Но он обоснованно полагал, что для покупателя (особенно для тех, которые имели низкий достаток), эти недостатки были менее существенны, чем потребительские свойства товара и его очень привлекательная цена. В итоге «предприниматель-инженер» из-за отказа потерял много денег и значительно усилил позиции конкурента.*

По образу мышления он остался инженером, и только поэтому лишил свой бизнес хороших доходов. Неполученная прибыль – это реальный убыток для бизнеса. Фактически предприниматель нанес удар своему бизнесу, и это распространенное явление, когда удары по бизнесу наносятся самими предпринимателями чаще, чем конкурентами.

Существует многолетний опыт предпринимательства, который позволяет предпринимателю выработать определенные подходы к решению проблем, связанных с неблагоприятным развитием событий. Мы можем сказать, что предпринимательский образ мышления – это набор правил, позволяющих уменьшить, избежать, компенсировать или переложить на других (законным способом) риски бизнеса.

С другой стороны, этот опыт позволяет предпринимателю выработать определенные подходы к наилучшему использованию всех имеющихся у него возможностей и ресурсов. Можно сказать, что предпринимательский образ мышления – это набор правил, обеспечивающих наилучшее развитие бизнеса. Это самый главный навык, который необходим предпринимателю для достижения успеха в бизнесе. До тех пор пока предприниматель будет заниматься бизнесом, он будет получать новые знания и новый опыт, и его предпринимательский образ мышления будет развиваться и совершенствоваться.

Но начинать изменять свой прежний образ мышления нужно уже сейчас, начиная с этого момента. Чтобы понять все, что будет прочитано на этом сайте, и чтобы в максимальной степени использовать новый предпринимательский образ мышления при создании и управлении своим бизнесом.

***2. Мотивация к предпринимательской деятельности***

Когда человек решает, что он больше не хочет в финансовом отношении зависеть от кого бы то ни было, не хочет работать на других, хочет заниматься тем, что ему нравится или ему по душе, то этот человек делает очень серьезную заявку, чтобы стать предпринимателем. В малом бизнесе это означает, что человек сам хочет создать для себя свое независимое рабочее место. Не важно, станет ли он индивидуальным предпринимателем, создаст ли частное предприятие или организует бизнес иной организационно-правовой формы. Как правило, предприниматель в малом бизнесе в нем и работает и им руководит.

Ваша карьера – это ваш бизнес. Вы за него отвечаете. Не имеет значения, меняете ли вы направление своей деятельности ежегодно или преданы одной и той же идее в течение пяти лет, вам необходимо идти навстречу клиентам и превосходить их ожидания, адаптироваться к потребностям рынка и оставаться конкурентоспособным, предлагая что-то особенное.

Как только вы поймете, что ваша карьера в ваших руках, вы перестанете чувствовать себя жертвой. Никто и ничто вас не контролирует. Это ваша карьера, и вы вольны укреплять и направлять ее в любом направлении, в каком вы захотите. Ваш бизнес – предлагать себя в качестве товара, продавать себя и находить удовлетворение в работе. Вы подыскиваете клиентов и работаете, чтобы определить, подходят ли они вам. Вы учитесь быть вежливым и надежным, потому что никогда не захотите сжигать мосты. Если вы не получаете удовлетворения от работы, причина в вас, и в ваших силах найти решение. Если вы делаете все, что можете, чтобы заставить бизнес работать, но все-таки не чувствуете себя удовлетворенным, возможно, понадобится искать другого клиента. Какова бы ни была причина проблемы, она должна быть решена.

Американский психолог Д. Макклелланд доказал ярко выраженную взаимосвязь между мотивацией достижения и успехом в предпринимательстве. Проведенные им исследования показали, что только индивиды с высоким уровнем мотивации достижения вели себя как успешные, рациональные предприниматели. Они устанавливали для себя средний уровень трудности задач и стремились к достижению максимального успеха в их решении. Кроме того, для них были характерны:

– позитивное отношение к ситуации достижения;

– стремление к решению интересных, достаточно сложных, но реально выполнимых задач;

– уверенность в успешном решении задачи;

– высокая настойчивость в достижении поставленной цели и т. п.

На основе полученных результатов Д. Макклелланд выдвинул гипотезу, что предприниматели, достигшие успехов в бизнесе, имеют более высокую потребность в достижении успеха, чем профессионалы – не предприниматели. В дальнейшем это предположение было не раз подтверждено эмпирически.

Интересно, что в других исследованиях мотивации (Д. Аткинсон, X. Хекхаузен) психологи стали различать «мотив достижения успеха» и «мотив избегания неудачи». Полученные данные свидетельствуют: для успешных предпринимателей важнее мотивация достижения успеха, чем мотивация избегания неудач. Важны также и другие ключевые мотивы выбора предпринимательской деятельности: мотивы достижения самостоятельности и независимости своего бизнеса, возможности реализации своих способностей и материальной обеспеченности.

Конечно, не у каждого есть способности или желание преуспеть в качестве предпринимателя. В работе по найму немало преимуществ, включая разного рода поддержку инфраструктуры, стабильную зарплату, пенсию и соответствующий круг общения. Такой статус вполне позволяет контролировать ситуацию, повышать квалификацию и самостоятельно принимать взаимовыгодные решения в соответствии со своим опытом, способностями и интересами.

Да, современный деловой мир пугает, но, как быстрая езда, он может стать волнующим и увлекательным, если вы будете искать в нем возможности развития вашей личности. Здесь существует огромный потенциал использования навыков и умений. Журналистка, обучавшаяся работе в средствах массовой информации, становится руководителем службы по связям с общественностью системы образования; руководитель производства фабрики пластмасс применяет свои знания материалов и производства, работая в фирме по сценическому дизайну; официантка, применив свое знание людей, стала эффективным консультантом по персоналу.

Поэтому, прежде чем оставить работу по найму, переосмыслите выгоды, которые вы получаете от работы. Спросите себя: «Кроме стабильной зарплаты, что еще заставляет меня здесь быть?» Нас привлекают различные вещи – деньги, престиж, возможность учиться. Не бывает ситуаций совершенно безукоризненных, но если вы все-таки на работе, то для этого есть причина. Вашей первой задачей будет определить, что это за причина, и полностью осознать свой выбор.

Понимание и анализ мотивации изменят ваше отношение к своему занятию. Они привнесут чувство собственного достоинства в вашу работу, помогут вам выбраться изнутри наружу. Вы ощутите разницу между чувством беспомощности и чувством силы, между работой под давлением и осознанным выбором работы.

Ваша ценность включает в себя все, что вы можете внести в предпринимательство: ваши силы, знания, талант, опыт и квалификацию. Знание того, в чем именно состоит ваша ценность, позволяет вам твердо стоять на ногах и предлагает что-то реальное и надежное, на что можно опереться, когда работа слишком трудна, запутанна или должна быть сделана в такие сроки, что вы не можете им соответствовать. Когда вы сталкиваетесь в бизнесе с критикой, конкуренцией и людьми со сложными характерами, ценность ваших достоинств дает вам уверенность и мужество двигаться вперед.

Перемены случаются. Но нельзя позволить им сбить вас с толку или увести от возможности что-то предложить, внести вклад в общее дело и доказать, что вы можете многое. Когда вы знаете себе цену, то в сложной ситуации сможете проявить находчивость и решить возникшие проблемы, сохраняя свои позиции на прежнем уровне.

Если вы знаете себе цену, то вы никогда не потеряете чувство собственного достоинства, уверенность в себе, понимание правильного и неправильного, сможете решить проблемы, основываясь на своем уникальном опыте, способностях и в соответствии со своей точкой зрения. Вы должны верить в себя. Если вы не будете верить в себя, в вас не поверит никто. Это ваша обязанность. Именно вам придется добиваться признания своего вклада в процветание бизнеса.

***3. Умение найти идею и сформулировать цель***

Предпринимательство считается достаточно «молодым» экономическим феноменом и, безусловно, связано с такими понятиями, как рыночная экономика, частная собственность и равные возможности.

Многие исследователи предпринимательства отмечают ключевую его особенность, заложенную в самом названии, – готовность постоянно предпринимать что-то для того, чтобы зарабатывать и стремиться к новому. Американский экономист Йозеф Шумпетер давал такое определение предпринимателю – это человек, пытающийся превратить новую идею или изобретение в успешную инновацию. Он понимал предпринимателя как ключевую фигуру развития экономики, основной задачей которого является нарушение равновесного состояния в жесткой конкурентной борьбе между предпринимателями. А это, в свою очередь, приводит экономику на новый виток развития, к разрешению ее многочисленных противоречий (между статикой и динамикой, традициями и нововведениями, спросом и предложением и т. д.) за счет поиска новых возможностей получения прибыли. Нобелевский лауреат П. Друкер в концепции «предпринимательского общества» определял предпринимательство как инновационную активность, связанную с использованием имеющихся возможностей с максимальной выгодой.

Таким образом, можно увидеть, что предпринимательство всегда связано с двумя основными формами активности: получением прибыли и созданием инноваций. Причем одно становится невозможным без другого. Понятно, что определенная часть предпринимателей на деле не занимаются инновациями в полном смысле этого слова (создание принципиально новых материалов и технологий), но многие из них все равно непосредственно связаны с разработкой новых товаров, услуг и бизнес-схем, что тоже можно рассматривать как инновацию.

С другой стороны, понятие предпринимательства имеет не только экономическое, но и психологическое содержание. Предпринять что-либо — значит проявить активность до того, как будут четко определены будущие условия и возможности. Способность к регулярному и успешному осуществлению такого рода активности, предполагающей умение быстро принимать и реализовывать решения в условиях неопределенности, и определяется как предприимчивость. Таким образом, предпринимательство можно назвать особым видом экономической деятельности, предполагающей наличие особых личностных качеств у человека, который им занимается.

Конечно же, в первую очередь речь идет о способности увидеть предпринимательскую идею – неудовлетворенную потребность в продукте или услуге, прибыльного способа удовлетворения этой потребности. Когда человек начинает тренировать свое мышление, не имея еще собственного бизнеса или вступив уже на этот путь, он работает над поиском предпринимательской идеи. И это очень полезно. Очень скоро он обнаруживает, что идей-то в воздухе витает предостаточно, но таких идей, на основе которых можно было бы создать хороший бизнес, совсем немного (хорошо, если одна идея из десяти окажется более или менее удачной), причем все они уже реализованы другими. Над ними тоже не грех поразмыслить и постараться понять, насколько интересен или выгоден тот или иной бизнес.

Не помешает подобрать себе журнал для постоянного чтения, в котором обсуждаются различные идеи бизнеса, способы и тонкости его организации, а также упоминаются подводные камни, невидимые неопытным глазом. Потом меньше придется заделывать пробоин или подавать сигналы SOS.

Плохая или посредственная идея не имеет никаких шансов на успех. Мир полон хороших чужих идей и крепких чужих предприятий. А вот с выдающимися идеями дело обстоит сложнее. Они не приходят в голову каждый день, потому что они очень просты. Поэтому нужно постоянно развивать предпринимательский талант, чтобы их увидеть и реализовать.

Каждый предприниматель знает, что для поддержки и развития бизнеса необходимо продвигать услугу или товар, в которых нуждаются ваши клиенты. Более того, необходимо выделить что-нибудь особенное в том, что вы предлагаете, – уровень услуги, качество материалов, межличностные отношения, размещение офиса и т. д. То, что отличает ваш продукт, и в чем ваше предложение превосходит предложение конкурентов. Должна быть причина, почему клиент пойдет к вам, а не к конкурентам.

Увидеть потребность – один из важнейших навыков предпринимателя. Именно потому, что Генри Форд увидел будущую огромную потребность населения США в автомобилях, он создал конвейер, который и оказался средством для удовлетворения этой потребности.

Точно так же и Билл Гейтс увидел огромную потребность людей в персональных компьютерах и создал огромный бизнес «Майкрософт». Кстати, гигантская корпорация IBM, лидер компьютерной отрасли, проглядела эту потребность и упустила возможности стать лидером на рынке персональных компьютеров.

Если предприниматель ошибается в наличии потребности, то бизнес рано или поздно погибает. Если предприниматель ошибается в размере потребности и она оказывается гораздо меньше, чем он предполагал, то и бизнес будет гораздо меньше ожиданий.

Конечно, что касается малого бизнеса, то потребность в товарах и услугах ограничивается обычно сравнительно небольшой зоной – микрорайоном, районом или городом. Но и в этом случае эта потребность и ложится в основу идеи бизнеса. Поэтому, когда мы слышим многочисленные просьбы о помощи: «Подскажите, какой бизнес мне открыть», единственно возможным ответом будет: «Увидь потребность в том месте, где будет работать бизнес». Если это у предпринимателя не получается, то говорить о своем бизнесе пока рано.

Чтобы знать, что искать, неплохо бы знать где. Наиболее распространенными и популярными сферами малого бизнеса сегодня являются:

– розничная торговля продуктами питания, одеждой, обувью, товарами для детей, бижутерией и т. п.;

– оказание бытовых услуг, автомобильный сервис, ремонт бытовой и компьютерной техники и т. п.;

– общественное питание (кофейни, стрит-фуд, фаст-фуд);

– производство ремонтно-строительных работ;

– ломбарды;

– организация отдыха и развлечений.

Существуют ли подсказки, позволяющие увидеть реальную потребность? Да, существуют. Рассмотрим некоторые из них.

1. Приобрести франшизу, то есть право использовать для своего предприятия раскрученную торговую марку, фирменный стиль, продукцию и рекламную поддержку известной фирмы. По некоторым данным, 80% таких предприятий выходят на стабильный доход уже в течение первого года. Такие замечательные результаты становятся возможными потому, что создатель (продавец) франшизы обладает большим положительным опытом определения и оценки потребности и эффективного способа удовлетворения этой потребности.

2. Найти наставника, который уже увидел потребность и правильно ее оценил. Он уже находится там, куда вы только еще надеетесь попасть, но понимает выгодность объединения усилий (например, для полного контроля рынка), поэтому готов оказать помощь и дать бесценные советы.

3. Общение с покупателями (настоящими или потенциальными). Поскольку идея бизнеса возникает из потребности людей – существующей или предвиденной – в конкретных товарах или услугах, то внимательное общение может стать источником многих интересных идей.

4. Использовать опыт и навыки предыдущего места работы. Накопленный опыт работы в разных специальных областях (например, в снабжении, торговле, маркетинг, рекламе и пр.) может стать очень важным источником идей. Это вполне естественно, так как будущему предпринимателю это помогает увидеть потребность данного предприятия, других предприятий и их клиентов в конкретных товарах и услугах.

5. Личные увлечения, то, что вы можете делать хорошо и с удовольствием. Энтузиасты создали и первые персональные компьютеры, и программное обеспечение к ним, и клейкую лента «Скотч», и первые плееры «Walkmann», и первый ресторан фаст-фуда, положенный в основу «Макдоналдса», и многое другое. Хотя следует обратить внимание и на то, что очень часто идеи продуктов возникают у энтузиастов, а их производство организуется предпринимателями, которые смогли увидеть в этих продуктах потребность, достаточную для создания бизнеса.

6. Его величество случай тоже нельзя сбрасывать со счетов. Работая над одним проектом, человек совершенно неожиданно получает интересный результат совсем в другом. Из этого результата может родиться идея хорошего бизнеса.

Конечно, необходимо учитывать и тот факт, что хорошая идея может быть продана. Хотя идея без денег, как и нереализованная еще идея, почти ничего не стоит. Один из трех учредителей фирмы «Эппл» через два месяца после регистрации фирмы продал свою долю в ней за $2000. А в 2012 году эта доля стоила $2 миллиарда.

Оценка потребности – это ключевой момент проверки работоспособности идеи бизнеса. Безусловно, существуют специализированные фирмы, которые оценят для вас любой рынок. Стоить это может немало. Можно обратиться к знакомым, которым приходилось делать что-то подобное. Это обойдется, вероятнее, дешевле и будет сделано похуже.

Но лучше всего попробовать сделать это самому, потому что с этого момента предприниматель начинает погружаться в свой бизнес. В первый раз эта задача может оказаться достаточно сложной, но если заниматься этим регулярно, то начинаешь чувствовать себя в этом деле намного увереннее. Конечно, возможности малого бизнеса для проведения полномасштабных исследований или заказа их у специализированных агентств крайне ограничены, но иногда и просто разговора с несколькими опытными людьми достаточно, чтобы составить первое впечатление о потребности. Можно и проявить смекалку, позволяющую сэкономить.

*Пример: В начале прошлого века московский архитектор Кузнецов получил заказ на строительство крупного магазина в Иркутске и, соответственно, выбрать для него такое место, чтобы был обеспечен максимальный приток покупателей. Для оценки потребности архитектор нанял простых неграмотных мужиков, дал каждому по мешку спичек, по пустому мешку и посадил их на всех людных перекрестках города. Когда человек проходил мимо них, они перекладывали спички из полного мешка в пустой. Потом все спички в новых мешках пересчитывались (мужики-то были неграмотными). Так было выбрано место для центрального магазина города и оценено количество потенциальных покупателей из числа пешеходов в данном районе.*

Этот пример показывает, что для выполнения оценочных расчетов потребности в малом бизнесе зачастую нужен лишь здравый смысл. Хотя необходимые данные часто можно найти в статистических сборниках, в печати или в Интернете. В любом случае, если потребность не определять, то бизнес всегда будет построен на эмоциях или фантазиях предпринимателя, которые бизнес и погубят.

Следующий важный шаг, когда неудовлетворенные потребности найдены, – постановка цели. Хорошо известно, что владельцы бизнеса готовы заниматься любой деятельностью, необходимой для ведения дела, даже если им не нравятся некоторые виды работ. Но они все делают с ответственностью, вниманием и заботой, а их самолюбие редко страдает от выполнения такой неквалифицированной работы. Почему так происходит?

Потому что перед ними стоят более высокие цели. Ими управляет дальновидность. Цель может быть и совсем незначительной, но им удается увидеть свет за горизонтом, который вдохновляет их на движение вперед. Они видят связь между ежедневной рутинной работой и конечной целью.

Очень важно иметь высокую цель. Дальновидность позволяет вам оказаться за пределами нудной работы, перенося все в контекст чего-то большего, что придает особое значение каждому дню. Даже самая неинтересная работа может вдохновлять, если смотришь на нее сквозь призму своей высшей цели.

Развивая дальновидность, вы освобождаете себя от страха и неопределенности, концентрируясь на чем-то большем, чем настоящий момент, ориентируясь на решение важной задачи или масштабный проект. Четкие перспективы дают возможность принимать правильные решения. Понимая, к чему нужно стремиться, легче переносить взлеты и падения, встречающиеся на вашем пути. Те, у кого развита дальновидность, настроены решительно и непреклонно движутся к своей цели. При этом они гибки и легко приспосабливаются к меняющимся условиям. Они начинают творчески подходить к решению проблем, приобретают способность видеть множество выходов и выгод в каждой ситуации.

Обычное мышление говорит нам: «Я могу предвидеть будущее, поэтому я к нему готовлюсь!» Это противоречит тактическому искусству предпринимателя в вас, так как конечная цель уже задана и определяется через определенный узкий набор значений. Ведь мир (и сферы бизнеса) вокруг меняется, и ваше спланированное поведение становится неактуальным. Единственное, что постоянно в мире бизнеса, – это перемены. Поэтому предприниматель должен думать: «Если я могу создавать будущее, то мне не надо его предсказывать!» Поэтому начинайте делать, опираясь на то, что имеете (опыт, контакты, знания, желания), постоянно оценивая тенденции состояния внешней среды и рынка. Не ждите возможностей, а создавайте их сами.

***4. Готовность к риску и способность пережить неудачу***

Из-за растущей нестабильности рынка работы все больше людей сейчас мечтают о собственном бизнесе, который даст надежность, свободу и выбор. Надо признать, что вести бизнес и обрести независимость тоже стало сложнее. В мире высоких скоростей возлагать большие надежды на преданность клиентов компании не приходится. Например, раньше фирмы часто продолжали сотрудничать с одним и тем же рекламным агентством десятилетиями, а теперь они непрерывно ищут самое популярное агентство, тем более что теперь это возможно сделать при помощи Интернета. Многие формально лояльные покупатели отказались от своих любимых магазинов готовой одежды ради дисконтных сетей просто потому, что там ниже цены. В каждой отрасли наблюдается жесткая конкуренция, а деловой мир отличается быстротечностью, взаимозаменяемостью и ненадежностью, что очень сильно влияет на понимание предпринимательской деятельности.

В словаре Вебстера слово «предприниматель» толкуется как «тот, кто начинает или управляет бизнесом, часто принимая на себя риск». Необходимо подчеркнуть, что риск возникает не часто, а всегда! Наличие риска – это одно из важнейших условий предпринимательской деятельности, то, что открывает возможности и несет в себе угрозы.

В первую очередь риск возникает как следствие самостоятельности предпринимателя при принятии решений. Ведь не существует единственно правильного решения, есть только вероятность, что взятая на вооружение идея, заключенные контракты, принятые на работу сотрудники и т. д. окажутся именно такими, как вам хотелось бы.

При таких обстоятельствах легко оказаться под прессингом страха, который парализует и приводит к отрицательным результатам. Если вы живете в постоянном страхе потерять бизнес, то он никогда не будет доставлять вам удовольствие. Когда вы беспокоитесь, что сделаете что-то не так, вы подчиняете все свои мысли и мнения тем, кто с вами конкурирует. И если вы предложили нечто ценное, то необходимо приложить усилия для его сохранения и приумножения. Оставайтесь сильным, вы должны сохранить чувство самоуважения и индивидуальность. Вам необходимо освободиться от страха, что вы теряетесь в массе конкурентов.

Если вам удастся преодолеть этот страх и неуверенность, вы начнете смотреть на мир бизнеса как на уникальную возможность учиться, расти и развиваться. Ваша жизнь станет полной, а работа будет приносить глубокое удовлетворение. В ваших силах выбрать, где вы хотите находиться и чем вы хотите заниматься. Вы можете сделать любую карьеру, какую пожелаете. Все, что вам требуется, – это представление о том, чего именно вы хотите, и уверенность, что все возможно.

Ощущение надежности придет через осознание того, что у вас есть ценные качества и талант, а постоянная работа поможет вам не отстать от потребностей рынка. Изучая новое, вы тренируете мозг и развиваете интеллект. Если у вас развита страсть к авантюризму, вы сможете увидеть в смене бизнеса возможность получить уникальный, поразительный опыт, который поможет вам адаптироваться и получить прибыль, чем бы вы ни занимались.

Для того чтобы минимизировать риски, существуют самые различные способы, но здесь мы подробнее остановимся на отношении к риску как свойству предпринимательского мышления.

Во-первых, будьте готовы к возможным потерям, а не ожидаемому вознаграждению. Как правило, предприниматели заранее задают себе вопрос о допустимости возможных потерь. Конечно, истории про продажу квартиры ради создания бизнеса – это романтично, но не дальновидно. Ибо эффективный предприниматель никогда не поставит на карту, например, гармонию в семье ради достижения признания миром своего продукта/сервиса. Но вот, например, рассматривать в качестве допустимой потери ежегодный отпуск на Бали вполне возможно. Задайте себе вопрос: чем вы готовы поступиться ради успеха? Стоит трезво оценивать возможности исходя из того, как низко вы можете упасть, а не из того, каким впечатляющим может быть намеченный результат.

Во-вторых, необходимо понимать: создатель бизнеса всегда является автором его успеха и в равной степени самые сокрушительные удары своему бизнесу наносит именно сам предприниматель. Дефолты, непредвиденные обстоятельства, слабый персонал, невезение и многое другое – все это имеет место, но не столь разрушительно, как может показаться.

*Пример: На деньгах, поступавших на расчетный срок успешно развивающейся небольшой фирмы, к сожалению, не было написано, для чего они предназначаются. Это были просто рубли. А дел было так много. Нужно было приобрести пару компьютеров, принтер, и факс; закончить работы по обустройству раздевалки для рабочих; купить и установить два компрессора и построить небольшую компрессорную станцию; приобрести пресс и закончить изготовление оснастки для нового изделия.*

*Правда, и поступление денег от реализации продукции было очень неплохим и все время росло. А вместе с этим росла и уверенность, что так будет всегда и рост никогда не кончится. Но стали появляться маленькие сигналы о проблемах, от которых отмахивались, когда впереди маячила большая цель.*

*Первым сигналом стали никелевые аноды. Они закончились в самый неподходящий момент, когда заказов было много, в том числе и на изделия с никелевым покрытием. Пришлось устроить разнос нерадивым снабженцам. Тоже причину нашли – нет денег! Они поступают каждый день как часы.*

*Вторым сигналом стала краска. Она тоже кончилась как назло. И нужно-то ее совсем немного, но меньше упаковки ведь не купишь. Опять прозевали. Уже казалось, что еще нужно. Компьютер купили, принтер тоже приобрели.*

*Потом закончился лист толщиной 2 мм. Тут уж ничего не попишешь – НДС такой получился за месяц, что пришлось отдать на него все подошедшие деньги. А потом стремительный рост ВДРУГ закончился. Компьютер с принтером работали, раздевалка для рабочих введена в строй, новый пресс гордо красовался на новом фундаменте. Не было только материалов, чтобы выполнить все поступившие заказы, и не было денег, чтобы их приобрести.*

В-третьих, умейте видеть обе стороны медали, а не только ту блестящую, которая вам особенно нравится. Оборотная сторона медали таит в себе много неожиданностей, поэтому ее и нужно обязательно увидеть. Если лицевая сторона медали сулит исключительные возможности, то на оборотной стороне вполне могут оказаться серьезные проблемы, в которых зачастую кроются очень большие возможности.

*Пример: Два предпринимателя – А и Б — в течение 10 лет вели совместный успешный бизнес. Отношения между ними были хорошими, если не сказать дружескими. Они вместе пережили все трудные времена в бизнесе, и возможный развод не сулил никаких неприятностей. По мнению одного из них, при таких отношениях вообще было достаточно пожать руки и рассчитаться. На всякий случай они написали все на бумаге, чтобы не забыть чего-то, но документ никакой юридической силы не имел.*

*Когда у нотариуса переоформляли долю А на Б, последний принес какие-то стародавние документы, согласно которым он заплатил А какие-то копейки, а потом отказался платить все ранее оговоренные суммы. А остался и без бизнеса, и без денег.*

Видение двух сторон медали не таит в себе никаких проблем. Просто нужно было нанять юриста, который бы составил договор таким образом, чтобы Б не только все бы заплатил, но чтобы у него даже соблазна не было обмануть. Ведь когда доходит до денег, у многих людей выползает желание обмануть своего партнера. И если один партнер предоставляет другому воспользоваться такой возможностью, то, скорее всего, он ею и воспользуется. Когда вы даете кому-нибудь в долг, то нужно все оформить как полагается, чтобы при любом раскладе вы смогли вернуть себе деньги. Сэкономив на юристе, вы рискуете потерять все.

В-четвертых, не забывайте о страховании. Страхование имущества фирмы позволяет уменьшить потери предпринимателя в случае наступления событий, ведущих к порче имущества. Страхование жизни и здоровья позволяет вам быть уверенным, что возможный кризис не будет абсолютным. Нет никакой необходимости предугадывать вероятность наступления таких событий. Нужно застраховаться и надеяться, что этот страховой случай никогда не наступит. Ирония заключается в том, что платить (например, за страховку или юристу) нужно до того, как с человеком случится неприятность, а не после этого. Страховку нельзя купить, когда нужны деньги. Поэтому не старайтесь предвидеть, просто обезопасьте себя.

В-пятых, не теряйте веру в себя. Чтобы добиться той цели, которая была поставлена, нужно очень сильно верить в себя. Цель должна быть амбициозной и выполнимой одновременно. А она будет выполнимой хотя бы потому, что ее уже достигали другие. Так почему это не может быть доступно вам? Просто другой человек понял и узнал что-то, чего пока вы не понимаете или не знаете. Значит нужно научиться этому и добиться своего. Каждый предприниматель проходит через испытания. Иногда настолько тяжелые, что опускаются руки, ничего не хочется делать и даже хочется все бросить. Успеха добивается лишь тот, кто после очередного падения из последних сил встает и опять идет по намеченному пути.

*Однажды Уинстона Черчилля, давно отошедшего от дел, попросили выступить перед большой аудиторией на тему, как добиться успеха. Он вышел на сцену и произнес всего несколько слов, после чего покинул сцену: «Никогда, никогда, никогда не сдавайтесь». А это присуще только тем людям, которые верят в себя и свой успех.*

В-шестых, не бойтесь ошибок, учитесь использовать их для своего блага. Предприниматель, который хочет добиться успеха в бизнесе, не должен бояться совершить ошибку. Он должен быть всегда готов к тому, чтобы как можно быстрее исправить ее. В бизнесе все для предпринимателя новое, с чем ему раньше не приходилось сталкиваться. Естественно, что на этом поприще он совершает много ошибок.

Для человека подготовленного ошибка – мощный инструмент обучения. Недаром говорят: «За одного битого двух небитых дают». Если человеку удается увидеть и признать свою ошибку, то он может ее исправить, и она превращается в урок. Для неподготовленного человека, не сумевшего создать предпринимательский образ мышления, ошибка становится роковой. Такой человек всегда ищет виноватых вокруг себя и никогда не пытается поискать причину ошибки в себе. Бизнес часто погибает именно из-за такого поведения предпринимателя.

Таким образом, важным элементом предпринимательского мышления является готовность к риску и умение делать правильные выводы из неудач. Это непременные атрибуты предпринимательской деятельности, и лучше заранее себя настроить на их неизбежность, для того чтобы превратить проблемы в свои сильные стороны.

***Глоссарий***

**Бизнес-план** – это программа деятельности организации на определенный период времени, содержащая информацию о самой организации (проекте), производимых товарах, плане их производства и сбыта, анализ рынка, план маркетинга, а также организационный и финансовый план, включая оценку эффективности и рисков проекта.

**Индивидуальные предприниматели** – физические лица, зарегистрированные в установленном [порядке](consultantplus://offline/ref=53DE61297C0B4077A57C29E940533E2845C00040F97DC98950BEFCFC8C5324A9766415FE853BD7B014Y9G) и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, главы крестьянских (фермерских) хозяйств.

**Коммерческие организации** – организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.

**Переменные затраты** – расходы, которые изменяются пропорционально объему выпущенной продукции.

**Предложение ценности** –ценность, которая создана для целевого рынка, «проблема, которую бизнес решает для покупателя».

**Предприниматель** – это субъект предпринимательской деятельности, стремящийся к максимизации своей прибыли за счет сознательного повышения экономического риска, связанного с вложением в дело собственных средств и принятия на себя имущественной ответственности за результаты хозяйственной деятельности.

**Предпринимательство** – инициативная, самостоятельная, осуществляемая на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение прибыли от пользования землей и имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

**Прибыль** – доход минус затраты; деньги, заработанные путем предоставления покупателям товаров или услуг.

**Постоянные затраты** – расходы, которые не изменяются в зависимости от объема выпуска конечной продукции, т. е. затраты, которые должны быть возмещены при любых результатах производственного процесса, даже в случае отсутствия готовой продукции (также используются понятия «косвенные затраты», «накладные расходы»).

**Риск** – опасность отклонения от предполагаемой цели, приводящая к возникновению непредвиденных потерь прибыли, дохода или имущества, денежных средств, других ресурсов в связи с неблагоприятными обстоятельствами.

**Сегмент рынка** – часть рынка, охватывающая совокупность потребителей, одинаково реагирующих на потребительские свойства товара или на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

**Субъекты малого и среднего предпринимательства** – хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные к этой категории в соответствии с условиями, установленными ФЗ № 209 к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

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

***Источники***

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014 г.): Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013). – Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 31. – Ст. 4006.
2. Агафонов, А.Ю. Тенденции развития финансовой поддержки малого бизнеса / А.Ю. Агафонов // ЭПОС. – 2010. – № 4. – С. 59–63.
3. Бизнес-планирование. Курс лекций / Э.А. Уткин, Б.Акотляр, Б.М. Рапопорт. – М.: Экмо, 2012.
4. Бутенко, А.Я. Оценка конкурентоспособности компании малого бизнеса / А.Я. Бутенко //Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 4. – С. 126–134.
5. Как создать свой бизнес: индивидуальный или совместный / ред. сост. А. Т. Гаврилов, М. И. Посошкова. – М.: «Российская газета», 2010. – 159 с.
6. Левитас, А. М. Больше денег от вашего бизнеса: партизанский маркетинг в действии / А. М. Левитас // М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 317 с.
7. Медведев, А. П. Малый бизнес: советы владельцам и управляющим / А. П. Медведев // СПб.: Питер, 2011. – 222 с.
8. Предпринимательство: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка. Издательство: Юнити-Дана, 2012. – 687 с.
9. Смагин, В.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.Н. Смагин, В.А. Киселева // Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2009. – 238 с.

***Информационные ресурсы Интернета***

1. <http://marketing.rbc.ru> – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг».
2. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка.
3. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка.
4. Инвестиционный портал Волгоградской области. Режим доступа: http://www.investvolga.com/small\_and\_medium\_business/infrastructure/*.*
5. http://www.mspbank.ru/ru/analytical\_center/otchety\_partnerov/niisp/
6. <http://biznesfin.ru/vash-kabinet/kalkulyator-tochki-bezubytochnosti/>
7. [http://businessplan-ru.com/index.php?option=com\_content&view= article&id=172&Itemid=121](http://businessplan-ru.com/index.php?option=com_content&view=%20article&id=172&Itemid=121)
8. <http://excel-info.com/blog/2012/12/07/raschet-tochki-bezubytochnosti/>
9. <http://openbusiness.ru/bplan/online.htm>
10. <http://www.investmentrussia.ru/>
11. <http://www.sberbank.ru/moscow/ru/s_m_business/credits/cref/cref_bproekt/>

*Тема:* **Основные этапы регистрации юридических лиц   
и индивидуальных предпринимателей**

*Рассматриваемые вопросы:*

* 1. Выбор организационной формы бизнеса
  2. Регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя
  3. Регистрация общества с ограниченной ответственностью

*Цель:*

Систематизация информации по регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

*Задачи:*

– рассмотреть организационно-правовые формы предпринимательской деятельности;

– рассмотреть этапы регистрации индивидуального предпринимателя;

– дать характеристику этапов регистрации юридического лица на примере общества с ограниченной ответственностью.

*Компетенции:*

О6. Понимать особенности организационно-правовых форм малого бизнеса.

О7. Знать нормативные документы, определяющие правовой статус индивидуального предпринимателя, его права и обязанности.

О8. Уметь оценивать достоинства и недостатки организационно-правовых форм малого бизнеса.

О9. Знать содержание этапов регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей и нормативные требования к оформлению соответствующих документов.

Р13. Осознавать широкие последствия личных финансовых решений.

Д3. Понимать, какими налогами облагаются доходы, знать льготы налогообложения.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала по темам «Развитие предпринимательского образа мышления» и «Программы поддержки предпринимателей».

Она дает возможности более глубоко освоить тему «Способы оптимизации налоговых платежей (малый бизнес)».

***1. Выбор организационной формы бизнеса***

Бизнес, как любой живой организм, проходит определенный жизненный цикл – от рождения и развития до прекращения существования. Нельзя в один не самый прекрасный день просто решить им больше не заниматься. К бизнесмену, так же как и к родителю ребенка, предъявляются определенные требования.

В период рождения бизнеса его необходимо зарегистрировать в виде одной из организационно-правовых форм – индивидуального предпринимателя (ИП), общества с ограниченной ответственностью (ООО), акционерного общества (АО), товарищества и т. д. в соответствии с Федеральным законом от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Индивидуальный предприниматель, с точки зрения закона – это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке, имеющее право на ведение предпринимательской деятельности (т. е. бизнеса) без образования (создания, учреждения) юридического лица (ООО, АО и т. д.).

Альтернативой регистрации ИП является [регистрация ООО](https://www.regberry.ru/faq/instrukcii/registraciya-ooo-samaya-polnaya-instrukciya) (общество с ограниченной ответственностью), где в качестве единственного учредителя выступает физическое лицо. [Выбирая между](http://www.regberry.ru/IP-ili-OOO-chto-registrirovat) ИП и ООО, стоит оценить масштаб планируемого бизнеса и возможные риски. Если в рамках этого бизнеса вы не планируете брать крупные кредиты у банков или иных кредиторов, если риски банкротства минимальны, то, безусловно, стоит зарегистрироваться в качестве ИП, т. к. у ИП процедура регистрации, ликвидации и сдачи отчетности проще, а налогообложение во многих случаях требует меньших финансовых затрат. Однако ИП отвечает перед своими кредиторами и по своим обязательствам всем своим имуществом (за исключением перечня имущества п. 1 ст. 446 ГПК РФ, на которое невозможно предъявить взыскание, например, единственное жилье), даже если оно не участвует в предпринимательской деятельности.

В случае же с ООО ситуация несколько другая: юридическое лицо рискует (то есть несет финансовую ответственность) лишь в пределах денежных средств и имущества, которые числятся на балансе предприятия. В то же время надо знать о том, что кредиторы ООО могут при истребовании задолженности возбудить процедуру банкротства юридического лица, в процессе которой могут быть привлечены к субсидиарной, то есть дополнительной ответственности участники (учредители) и руководители ООО. Если судом будет доказано, что ООО приведено к состоянию неплатежеспособности в результате действий или бездействия указанных лиц, то они будут отвечать по обязательствам своей фирмы в полном объеме и за счет своего личного имущества.

Сравнительная характеристика различных аспектов регистрации и функционирования ИП и ООО приведена в Таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ особенностей ИП и ООО

|  |  |
| --- | --- |
| Особенности ИП | Особенности ООО |
| Простая и недорогая регистрация (800 рублей) | Регистрация дороже (4000 рублей), пакет документов больше |
| Регистрация происходит по домашнему адресу ИП, нет необходимости в аренде или приобретении офиса | Необходим юридический адрес, для чего желательно иметь арендуемое или собственное офисное помещение. Есть риск отказа в регистрации по причине указания адреса массовой регистрации.  Регистрация по домашнему адресу учредителя тоже возможна |
| Можно начинать деятельность без уставного капитала | Уставный капитал, минимальный размер которого 10 тыс. рублей, должен быть внесен деньгами не позднее четырех месяцев со дня регистрации |
| Регистрация происходит на одно физическое лицо, частичный выход из ИП невозможен | Может быть зарегистрирован как на одно, так и на несколько (до 50) лиц, в том числе и юридических. Выход из состава ООО его участников не прекращает деятельность фирмы |
| Имущественная ответственность распространяется на все имущество ИП, кроме невозможного к взысканию, претензии кредиторов возможны и после прекращения предпринимательской деятельности | Имущественная ответственность возможна лишь в пределах имущества организации, но есть риск привлечения учредителей, участников, руководителей к субсидиарной ответственности по обязательствам ООО. Претензии к ООО после его ликвидации в законном порядке предъявить невозможно |
| Неработающий ИП обязан выплачивать за себя страховые взносы | Если деятельность не ведется, на балансе нет имущества и нет работников, то обязательных выплат нет |
| Распоряжаться полученными средствами предприниматель может по своему усмотрению при условии своевременной уплаты налогов и взносов. Дополнительных налогов на полученные доходы нет | Получить прибыль от бизнеса учредитель может в виде зарплаты (если является работником своей фирмы) или в виде дивидендов. НДФЛ на зарплату равен 13%, а налог на дивиденды – 9% |
| Официальных требований к порядку управления деятельностью ИП нет | Необходимо соблюдать внутренний порядок управления фирмой, установленный законом |
| Бизнес ИП привязан к конкретному человеку, что снижает риск захвата | Риск рейдерского захвата существенно выше |
| Инвестирование в чистом виде невозможно | Привлекателен для инвесторов, т. к. их можно ввести в состав участников ООО |
| Не все виды деятельности доступны, например, невозможно производство и продажа алкоголя | Разрешены все законные виды деятельности |
| Не обязаны вести бухучет, больше выбор режимов налогообложения | Обязаны вести бухучет, требования при выборе налогового режима жестче, выше интерес со стороны контролирующих органов |
| Штрафы за административные нарушения в среднем ниже в 10 раз, чем для ООО | Штрафы существенно выше, налагаются и на саму фирму, и на ее руководителя |
| Прекратить деятельность в качестве ИП просто и быстро, при этом задолженность по страховым взносам не является помехой | Ликвидация ООО – сложный, долгий и дорогой процесс |

Юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно быть зарегистрировано в едином государственном реестре юридических лиц в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных Гражданским кодексом (ст. 48 Гражданского кодекса РФ).

Юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации) либо не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками (некоммерческие организации).

Юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в организационно-правовых формах хозяйственных товариществ и обществ, крестьянских (фермерских) хозяйств, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий (ст. 50 ГК РФ).

Сравним преимущества и недостатки индивидуального предпринимателя и юридического лица.

Индивидуальный предприниматель:

– Преимущества индивидуального предпринимателя:

1. Нет требований к размеру уставного капитала.
2. Не нужно вести полномасштабный бухгалтерский учет – достаточно простой книги учета доходов и расходов.
3. Объем отчетности, которую нужно представлять разным контролирующим органам, значительно меньше, чем у юридического лица.
4. Суммы штрафов за одни и те же нарушения законодательства в большинстве случаев значительно ниже, чем для юридических лиц.
5. Возможно применение патентной системы – одного из самых удобных и лояльных налоговых режимов.
6. Наличие льгот по страховым взносам – фиксированные суммы за индивидуального предпринимателя вместо «привязки» размера взноса к уровню доходов, как у юридических лиц, и пониженные тарифы для наемных работников.
7. Проще процедура регистрации: и документов требуется меньше, и госпошлина ниже.

– Недостатки индивидуального предпринимателя:

1. Ответственность по обязательствам всем имуществом, даже если оно не участвует в предпринимательской деятельности.
2. Ограничение на ведение некоторых видов деятельности, например банковской или торговлю алкоголем в розницу.
3. Недостаточная проработка законодательной базы. Ряд правил законодатель распространил только на юридические лица, лишив предпринимателей возможности реализовать свои права без обращения в суд (например, применение некоторых льгот по НДС или учет определенных расходов при расчете налога на доходы).
4. Сложнее расширять бизнес: возможны проблемы с контрагентами, кредитованием, привлечением сторонних инвестиций.

Юридическое лицо:

– Преимущества юридического лица:

1. Проще кредитоваться в банках, объемы кредитования выше, открывать кредитные линии или использовать такие формы финансирования, которые просто по требованиям банковской безопасности недоступны для индивидуального предпринимателя.
2. Проще работать с контрагентами: получать отсрочки, рассрочки платежей или, наоборот, настаивать на своих условиях погашения задолженности.
3. Высоки шансы стать узнаваемым на рынке: бренд – великое дело.
4. В дело могут войти частные инвесторы, имеется возможность реорганизации в акционерное общество, выхода на фондовый рынок, в том числе мировой.

– Недостатки юридического лица:

1. Сложнее процедура регистрации: и пакет документов требуется больше, и госпошлина выше.
2. Необходимость ведения полноценного бухгалтерского, налогового учета.
3. Объем отчетности, которую нужно представлять разным контролирующим органам, значительно больше, чем у индивидуального предпринимателя.

Выбор организационной формы бизнеса остается за предпринимателем в зависимости от вида выбранной деятельности, достаточности финансовых ресурсов, направления развития бизнеса, привлечения инвесторов.

***2. Регистрация физического лица   
в качестве индивидуального предпринимателя***

Государственная регистрация индивидуального предпринимателя осуществляется по месту его прописки/жительства в соответствующем регистрирующем органе ФНС.

Первое, что необходимо определить, это название ИП. Согласно законодательству в предпринимательской деятельности красивое и обезличенное наименование может иметь только юридическое лицо. Индивидуальный предприниматель – это физическое лицо, поэтому именоваться данное лицо в официальных документах (на печати, в чеках, на бланках и т. д.) должно по ФИО. *Например, ИП Иванов И.И.*  Однако ИП может зарегистрировать товарный знак или знак обслуживания либо использовать коммерческое обозначение, которое регистрировать не надо.

Наиболее простым вариантом является, безусловно, использование коммерческого обозначения, которое используется для индивидуализации имущественного комплекса*, например, кафе «Ромашка», ресторан «У бобра», химчистка «Лисичка»* и т. д. В свою очередь, товарный знак служит для индивидуализации товаров, а знак обслуживания – для индивидуализации услуг (два последних знака необходимо регистрировать отдельно).

В качестве адреса регистрации ИП всегда указывается адрес места жительства ИП, т. е. адрес регистрации физического лица по паспорту (зачастую это просто домашний адрес). Если в паспорте отсутствует штамп о постоянном месте регистрации, то можно зарегистрироваться по адресу места пребывания (по временной регистрации).

Если решение об открытии бизнеса принято — значит известно, чем именно оно будет заниматься. Все, что теперь остается сделать, это подобрать соответствующие коды деятельности из общероссийского классификатора видов экономической деятельности [ОК 029-2001](http://www.regberry.ru/OKVED) (КДЕС Ред. 1).

Определенные виды предпринимательской деятельности недоступны для индивидуальных предпринимателей. В частности, запрет для ИП на производство и продажу алкоголя следует из закона, регулирующего эту сферу деятельности. Индивидуальные предприниматели также не могут заниматься страхованием, туроператорской деятельностью, ломбардной, микрофинансовой деятельностью и др. Далеко не всегда в законах, регулирующих такие виды деятельности, явно указан запрет для ИП, но если по его тексту речь идет только об организациях, то заниматься этими видами деятельности физическое лицо не может. Иногда в самом законе не оговаривается отдельно, на кого он распространяется, что может внести сомнения по поводу возможности ведения такого бизнеса для ИП. Но если этот вид деятельности относится к лицензируемой, требования к организационно-правовой форме могут следовать из правил получения лицензии.

Заявление на регистрацию ИП позволяет внести порядка 57 кодов видов деятельности, поэтому можно внести как актуальные коды деятельности, так и планируемые когда-либо в будущем. Однако не следует этим злоупотреблять, т. к. дополнительные, но не нужные коды могут привести к увеличению отчислений в ФСС (Фонд социального страхования), расчет которых зависит от класса профессионального риска по каждому коду. Необходимо сделать один из кодов основным, а остальные – вспомогательными.

Ключевым документом при регистрации ИП является заявление на регистрацию ИП по форме Р21001. Именно из-за ошибок в заполнении этого заявления регистрирующий орган дает наибольшее количество отказов в регистрации. Заявление заполняется либо вручную, либо на компьютере с помощью соответствующего программного обеспечения или сервиса (с помощью сервиса ФНС). Заполнять заявление частично на компьютере, частично вручную нельзя.

За регистрацию физического лица в качестве индивидуального предпринимателя необходимо оплатить государственную пошлину в размере 800 рублей (ст. 333.33 НК РФ). Оплатить госпошлину за регистрацию ИП можно следующим образом:

1. Электронным платежом в рамках онлайн-сервиса ФНС по регистрации ИП.
2. Заполнить бланк квитанции вручную. Для этого вам нужно узнать реквизиты вашего регистрирующего органа. Узнать реквизиты можно на сайте ФНС или непосредственно в вашем регистрирующем органе.
3. Воспользоваться сервисом ФНС по формированию квитанции на оплату госпошлины за регистрацию ИП.

В случае отказа в регистрации госпошлина не возвращается.

Следующим шагом необходимо определить систему налогообложения. ИП может выбирать из пяти систем налогообложения:

1. Общая система налогообложения (ОСНО).
2. Упрощенная система налогообложения (УСН).
3. Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН).
4. Единый налог на вмененный доход (ЕНВД).
5. Патентная система налогообложения.

В большинстве случаев ИП применяют упрощенную систему налогообложения, т. к. это самая простая система, в которой предприниматель платит либо 6% от общей суммы дохода, либо 15% от разницы дохода и расхода.

При регистрации ИП уведомление о переходе на УСН подается по форме 26.2-1 в двух экземплярах вместе со всеми остальными документами.

Если по какой-то причине не подано уведомление о переходе на УСН при регистрации ИП, то с 2013 года есть 30 дней после регистрации, чтобы подать в налоговую инспекцию данное уведомление.

Начать применять ЕНВД или ЕСХН можно после регистрации ИП, если коды деятельности подпадают под данные режимы налогообложения. Отдельно отметим, что ИП может совмещать режимы налогообложения УСН и ЕНВД, УСН и ЕСХН.

Дополнительно у ИП существуют обязательные отчисления во внебюджетные фонды (ПФР и ФФОМС), которые необходимо платить даже в том случае, если ИП не ведет деятельность и нет дохода. Величина таких отчислений в 2014 году составляла сумму от 20 727,53 руб. до 142 026,89 руб.

Так как регистрация ИП самая простая из всех регистраций, то и документов у вас будет не очень много:

1. Заявление на регистрацию по форме Р21001 – 1 экз.
2. Квитанция об оплате госпошлины – 1 экз.
3. Копия основного документа, удостоверяющего личность (российский паспорт, если вы гражданин РФ, все страницы) – 1 экз.
4. Копия свидетельства с номером ИНН физ. лица (если есть) – 1 экз.
5. Уведомление о переходе на УСН – 2 экз.
6. Паспорт.

Дополнительно может потребоваться копия временного разрешения на пребывание или регистрацию – 1 экз.

Если документы на регистрацию ИП подаются в электронном виде через онлайн-сервис регистрации ИП, то при подаче документов ничего подписывать, соответственно, не надо.

Если документы подаются на бумажном носителе, то заявление подписывается заявителем непосредственно во время подачи документов сотруднику регистрирующего органа и при предъявлении паспорта.

В случае, когда документы подаются в регистрирующий орган по доверенности (без присутствия самого заявителя, т. е. того, кого регистрируют в качестве ИП), подпись заявителя в заявлении по форме Р21001 необходимо удостоверять нотариально.

Скреплять документы с июля 2013 года нет необходимости. Если заявление на регистрацию ИП удостоверяет нотариус, то в этом случае заявление будет сшито.

Подав документы в регистрирующий орган, не забудьте получить у сотрудника расписку с перечнем всех поданных документов и уведомление на применение УСН с отметкой налоговой. Обратите внимание, чтобы на экземпляре уведомления на применение УСН стояли подпись, дата и печать.

Срок регистрации ИП составляет не более 5 рабочих дней (т. е. одна неделя). Обычно дата выдачи документов указывается в расписке, выдаваемой после приема документов сотрудником регистрирующего органа. Необходимо прийти в указанную дату за документами вместе с распиской (и нотариальной доверенностью, если получение осуществляется по доверенности).

Полученный комплект должен включать следующие документы:

1. Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя с указанным номером ОГРНИП (основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя).
2. Документ о присвоении ИНН (идентификационный номер налогоплательщика), если раньше не было.
3. Лист записи ЕГРИП (единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей).
4. Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе.

Получив документы, необходимо внимательно проверить данные, указанные в выписке из ЕГРИП. В случае обнаружения ошибок необходимо обратиться к сотруднику, выдавшему документы, для составления протокола разногласий. Если ошибки были допущены по вине регистрирующего органа, то они будут оперативно, а главное бесплатно исправлены. Более позднее выявление ошибок может повлечь их исправление через платную процедуру внесения изменений в сведения об ИП.

В течение 5 дней после внесения записи о зарегистрированном ИП в ЕГРИП Пенсионный фонд России (ПФР) и Фонд социального страхования (ФСС) должны направить по адресу, указанному в регистрационных документах, свидетельства о регистрации в данных фондах. Если письма из ПФР и ФСС так и не дошли, то необходимо обратиться в ПФР и ФСС по месту регистрации ИП. В случае если планируется вести бизнес самостоятельно, т. е. без привлечения работников, на этом регистрация в фондах закончена.

После заключения трудового или гражданско-правового договора с первым работником необходимо в срок не более 30 дней пройти регистрацию в ПФР самостоятельно, уже как лицу, который производит выплаты физическим лицам. Надо также пройти регистрацию и в Фонде социального страхования, только срок здесь еще короче всего – 10 дней после заключения первого договора.

При получении кодов статистики в отделение Росстата необходимо представить копии следующих документов:

1. Свидетельства о регистрации индивидуального предпринимателя.
2. Свидетельства о постановке на учет в налоговом органе.
3. Выписки из ЕГРИП.

Открытие банковского счета не является обязательной процедурой для индивидуальных предпринимателей. Расчеты между лицами, ведущими предпринимательскую деятельность, ведутся как в наличном, так и в безналичном виде, и для наличных расчетов есть ограничения, установленные Центробанком РФ. В рамках одного договора расчеты наличными деньгами разрешены в пределах 100 тыс. руб.

Изготовление печати для ИП не является обязательным. Однако если имеется право не использовать кассовый аппарат, то вместо чека по требованию покупателя надо выписать БСО (бланк строгой отчетности), печать на котором должна быть обязательно.

Также необходимо узнать, нужна ли будет лицензия на выбранный вид деятельности и будет ли нужна сертификация ваших товаров или услуг

***3. Регистрация общества с ограниченной ответственностью***

В законодательстве четко установлен перечень документов, необходимых для регистрации Общества с ограниченной ответственностью (табл.2).

Таблица 2 – Основные документы, которые нужны для совершения регистрационных действий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Один учредитель | Несколько учредителей |
| 1 | Заявление по форме Р11001 (1 экз.) | Заявление по форме Р11001 (1 экз.) |
| 2 | Решение единственного учредителя о создании ООО (1 экз.) | Протокол общего собрания учредителей ООО (1 экз.) |
| 3 | **-** | Договор об учреждении (1 экз.) |
| 4 | Устав ООО (2 экз.) | Устав ООО (2 экз.) |
| 5 | Квитанция об оплате государственной пошлины за регистрацию ООО (1 экз.) | Квитанция об оплате государственной пошлины за регистрацию ООО (1 экз.) |
| 6 | Гарантийное письмо о предоставлении вам юридического адреса (1 экз.) | Гарантийное письмо о предоставлении вам юридического адреса (1 экз.) |

Рассмотрим подробнее порядок подготовки этих документов.

ООО должно иметь свое собственное полное фирменное наименование на русском языке. При этом полное фирменное наименование должно включать полное наименование ООО, а также указание на его организационно-правовую форму «Общество с ограниченной ответственностью», *например, общество с ограниченной ответственностью «Регистрационное бюро»*. Дополнительно ООО вправе иметь:

1. Сокращенное фирменное наименование на русском языке. При этом сокращенное фирменное наименование должно содержать полное или сокращенное наименование ООО, а также аббревиатуру «ООО».
2. Полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов РФ.
3. Полное и (или) сокращенное фирменное наименование на иностранных языках.
4. Фирменное наименование ООО может включать иноязычные заимствования на русском языке, за исключением обозначения организационно-правовой формы или ее аббревиатуры.

В итоге суммарно получается, что ООО может иметь около 6 наименований (полное и сокращенное на русском, полное и сокращенное на иностранном языке, полное и сокращенное на языке народа РФ). Основным фирменным наименованием ООО является только полное наименование на русском языке.

В отдельных случаях закон устанавливает необходимость содержания в фирменном наименовании ООО указания на его деятельность (к примеру, при осуществлении страховой деятельности, в отношении платежных систем, ломбардов).

Перед регистрацией ООО необходимо определиться с его юридическим адресом. Получить юридический адрес можно тремя способами:

1. Снять / арендовать помещение.
2. Купить адрес у компании, предоставляющей юридические адреса для регистрации на них ООО.
3. Зарегистрировать ООО на домашний адрес.

Какой бы способ ни был выбран, необходимо будет приложить к регистрационным документам подтверждение о том, что у вас есть адрес (закон этого не требует, однако у регистрирующих органов это негласная установка). В первых двух случаях необходимо будет приложить гарантийное письмо от собственника адреса либо управляющей компании, содержащее информацию о том, что указанный адрес будет вам предоставлен по факту успешной регистрации ООО. Дополнительно в письме должны быть указаны необходимые контактные данные собственника или управляющей компании, чтобы сотрудники регистрирующего органа могли связаться с ним/ней и перепроверить этот факт.

При регистрации ООО на домашний адрес руководителя ООО либо одного из учредителей ООО, кроме копии паспорта с пропиской, может потребоваться:

1. Свидетельство о праве собственности на квартиру (далеко не все регистрирующие органы требуют этот документ).
2. Согласие жильцов квартиры с регистрацией вашего ООО по данному адресу (далеко не все регистрирующие органы требуют этот документ).

Если возникнет необходимость арендовать помещение либо купить адрес, то обязательно проверьте адрес на предмет массовой регистрации юридических лиц.

Затем необходимо подобрать коды деятельности из общероссийского классификатора видов экономической деятельности [ОК 029-2001](http://www.regberry.ru/OKVED) (КДЕС Ред. 1). Заявление на регистрацию ООО позволяет внести порядка 57 кодов видов деятельности, поэтому можно внести как актуальные коды деятельности, так и планируемые когда-либо в будущем.

Минимальный размер уставного капитала ООО составляет 10 тысяч рублей. Тем не менее, для ряда деятельностей законом установлены иные минимальные значения уставного капитала. Уставный капитал вносится после регистрации ООО не позднее 4 месяцев.

Уставный капитал в минимальном размере с сентября 2014 года можно вносить только деньгами (п. 2 ст. 66.2 ГК РФ). Дополнительно к уже внесенной денежной сумме в 10 тысяч рублей уставный капитал можно внести в имущественной форме. Вносить капитал в неденежной форме необязательно, можно вносить капитал только в денежной форме или вообще ограничиться только минимальной суммой.

Процедура внесение уставного капитала ООО имуществом:

1. Учредители должны единогласно утвердить денежную оценку вкладов в уставный капитал, вносимых имуществом.
2. Оценка имущественного вклада должна производиться независимым оценщиком, и оценивать надо любое имущество, а не только стоимостью более 20 тыс. рублей, как это было до сентября 2014 года.
3. По факту проведения оценки учредители должны подписать соответствующий акт оценки имущества.
4. Информация о размерах вкладов в уставный капитал, вносимых имуществом, должна быть также отражена в решении (если единственный учредитель) или в протоколе и договоре об учреждении (если учредителей два и более).
5. После успешной регистрации ООО учредители должны передать на баланс ООО свои вклады имуществом по акту приема-передачи.

Если в ООО единственный учредитель, то необходимо подготовить решение об учреждении ООО. В решении необходимо:

1. Утвердить наименование ООО (полное, сокращенное, на других языках).
2. Указать адрес местоположения ООО.
3. Определить размер уставного капитала и способы его вноса и оплаты.
4. Утвердить устав ООО.
5. Назначить на должность руководителя ООО либо себя, либо стороннего человека, указав его должность и срок полномочий.

Если учредителей двое и более, тогда необходимо провести общее собрание учредителей ООО, обсудить на них следующий перечень вопросов:

1. Вопрос учреждения ООО и утверждения его организационно-правовой формы.
2. Вопрос утверждения наименования и места нахождения ООО.
3. Вопрос утверждения размера уставного капитала, размера и номинальной стоимости долей учредителей общества, порядка и срока оплаты долей учредителей ООО в уставном капитале.
4. Вопрос утверждения устава ООО.
5. Вопрос назначения руководителя ООО.
6. Вопрос утверждения ответственного за государственную регистрацию ООО.

По каждому вопросу необходимо провести голосование, причем по каждому вопросу голосование должно быть единогласным. По результатам собрания участниками собрания подписывается протокол собрания: по одному экземпляру – каждому участнику, один экземпляр – для ООО и один экземпляр – для регистрирующего органа (можно подписать еще по одному для банка, нотариуса и на всякий случай).

Договор об учреждении ООО нужен только в случае нескольких учредителей. Договор об учреждении не является учредительным документом, т. к. регулирует только те договоренности, которые возникли между учредителями при учреждении ООО (т. е. до появления ООО), например:

1. Порядок совместной деятельности по учреждению ООО.
2. Размер уставного капитала ООО.
3. Размер долей учредителей, порядок и сроки их оплаты.
4. Ответственность учредителей за невыполнение взятых на себя обязательств.

Устав является учредительным документом ООО. Это самый важный документ, определяющий основные правила взаимоотношений между тремя основными участниками ООО: самого ООО, руководителя ООО и учредителей ООО; а также права и обязанности каждой из сторон.

Основными разделами устава ООО являются:

1. Наименование, место нахождения и срок деятельности ООО.
2. Участники ООО.
3. Цели и виды деятельности ООО.
4. Правовой статус ООО.
5. Филиалы и представительства ООО.
6. Уставный капитал ООО.
7. Изменение размера уставного капитала ООО.
8. Права и обязанности участников.
9. Выход участника из ООО.
10. Переход доли в уставном капитале к участникам ООО.
11. Переход доли в уставном капитале к третьему лицу.
12. Наследование долей в уставном капитале общества.
13. Распределение прибыли. Фонды ООО.
14. Органы управления ООО.
15. Общее собрание участников.
16. Исключительная компетенция общего собрания участников.
17. Единоличный исполнительный орган.
18. Ревизор и аудитор ООО.
19. Учет и отчетность. Документы ООО.
20. Конфиденциальность.
21. Ликвидация ООО.

Ключевым документом при регистрации ООО является заявление по форме Р11001. Именно из-за ошибок в заполнении этого заявления регистрирующий орган дает наибольшее количество отказов в регистрации.

Заявление заполняется либо вручную, либо на компьютере с помощью соответствующего программного обеспечения или сервиса. Заполнять заявление частично на компьютере, частично вручную нельзя.

Заполненное заявление необходимо подписать всеми заявителями-учредителями либо в присутствии нотариуса, либо непосредственно в регистрирующем органе при подаче документов. Для подписания заявления у нотариуса потребуется представить нотариусу следующие документы по ООО: решение и устав либо протокол, договор об учреждении и устав, а также документы, удостоверяющие личность заявителей. Если учредителей несколько, то каждый учредитель должен расписаться на своем листе заявителя в присутствии нотариуса. После этого заявление должно быть пронумеровано и сшито нотариусом. Аналогичным образом можно подписать заявление всеми заявителями непосредственно в присутствии сотрудника регистрирующего органа при подаче документов на регистрации ООО.

За регистрацию ООО необходимо оплатить государственную пошлину в размере 4 000 рублей (ст. 333.33 НК РФ). Оплатить госпошлину за регистрацию ИП можно следующим образом:

1. Электронным платежом в рамках онлайн-сервиса ФНС по регистрации ИП.
2. Или заполнить бланк квитанции вручную. Для этого вам нужно узнать реквизиты вашего регистрирующего органа. Узнать реквизиты можно на сайте ФНС или непосредственно в вашем регистрирующем органе.
3. Или воспользоваться сервисом ФНС по формированию квитанции на оплату госпошлины за регистрацию ИП.

Необходимо при уплате госпошлины обратить внимание на следующее:

1. Дата оплаты квитанции должна идти следом за датой подписания протокола / решения о создании ООО, но не ранее.
2. Если учредителей ООО несколько, то на практике чаще всего происходит так, что подписывает и оплачивает квитанцию учредитель, уполномоченный на проведение регистрационных действий. Но если следовать букве закона, то п. 2 ст. 333.18 НК РФ указывает на то, что «в случае, если за совершением юридически значимого действия одновременно обратились несколько плательщиков, государственная пошлина уплачивается плательщиками в равных долях» [5]. То есть, если, например, учредителей двое, то каждый из них должен от своего имени оплатить квитанцию по 2000 рублей, если четверо – по 1000 рублей, и т. д.

Необходимо иметь в виду, что в случае отказа в регистрации госпошлина не возвращается.

Следующим шагом необходимо определить систему налогообложения для создаваемого ООО. Здесь можно выбирать из четырех систем налогообложения:

1. Общая система налогообложения (ОСНО).
2. Упрощенная система налогообложения (УСН).
3. Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН).
4. Единый налог на вмененный доход (ЕНВД).

Дополнительно может потребоваться:

1. Уведомление о переходе на УСН (опционально) – 2 экз.
2. Документы, подтверждающие право собственности на квартиру (если адрес квартиры, на которую осуществляется регистрация ООО, отличается от места прописки руководителя либо учредителя), – 1 экз.
3. Нотариальное засвидетельствованное согласие жильцов квартиры на регистрацию, если регистрация ООО осуществляется на домашний адрес (на квартиру), – 1 экз.
4. Нотариально заверенная доверенность на подачу документов (на случай, если подает не заявитель).

Часть перечисленных выше документов необходимо подписать и прошить, если в них больше одной страницы. На обратной стороне прошивки необходимо указать: *«Всего прошито и пронумеровано (число прописью) листов. ФИО заявителя, ответственного за регистрацию ООО, подпись»*.

Желательно, чтобы подпись лица, ответственного за регистрацию (заявителя), немного зашла за края прошивки.

Таблица 3 – Порядок подписания и прошивки документов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Документы | Кто подписывает | Подпись на прошивке |
| 1 | Заявление по форме Р11001 | Каждый учредитель на своем листе | Подписывается либо всеми учредителями в присутствии должностного лица регистрирующего органа, осуществляющего прием документов, либо у нотариуса |
| 2 | Решение единственного учредителя о создании ООО | Учредитель (он же заявитель) | Обычно решение размещается на одном листе, поэтому сшивать не требуется. Если размер более 1 страницы, то учредитель-заявитель |
| 3 | Протокол общего собрания учредителей ООО | Каждый учредитель (рекомендуется), хотя протокол могут подписать только председатель и секретарь, если отдельно ведется список участников собрания с подписью каждого | Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО |
| 4 | Договор об учреждении | Каждый учредитель | Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО, либо все учредители |
| 5 | Устав ООО | Не подписывается | Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО |
| 6 | Квитанция об оплате государственной пошлины за регистрацию ООО | Если учредителей несколько, то общая сумма госпошлины делится на всех учредителей равными долями и каждый платит по отдельной квитанции | - |
| 7 | Уведомление о переходе на УСН | Заявитель, назначенный общим собранием учредителей ответственным за государственную регистрацию ООО | - |
| 8 | Гарантийное письмо о предоставлении ООО юридического адреса | Уполномоченное лицо со стороны арендодателя (также проставляется печать) | - |

Если у заявителя нет возможности подать документы в регистрирующий орган или получить их обратно, то необходимо подготовить доверенность на регистрацию ООО.

Для подачи документов не заявителем необходимо заверить у нотариуса доверенность на доверенное лицо на представление интересов заявителя в регистрирующем органе.

Подав документы в регистрирующий орган, не забудьте получить у его сотрудника расписку с перечнем всех поданных вами документов.

Срок регистрации ООО составляет не более 5 рабочих дней. Обычно дата выдачи документов указывается в расписке, выдаваемой после приема документов сотрудником регистрирующего органа.

Придите в указанную дату за документами вместе с распиской (и нотариальной доверенностью, если получение осуществляется по доверенности).

Полученный комплектов документов должен содержать следующее:

1. Свидетельство о государственной регистрации юридического лица.
2. Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе.
3. Один экземпляр устава с отметкой регистрирующего органа.
4. ИНН.
5. Лист записи ЕГРЮЛ.

Получив документы, необходимо внимательно проверить данные, указанные в выписке из ЕГРЮЛ. В случае обнаружения ошибок необходимо обратиться к сотруднику, выдавшему вам документы, для составления протокола разногласий. Если ошибки были допущены по вине регистрирующего органа, то они будут оперативно, а главное бесплатно исправлены. Более позднее выявление ошибок может повлечь их исправление через платную процедуру внесения изменений в сведения об ООО.

После регистрации ООО необходимо:

1. Подписать трудовой договор с руководителем организации и приказ о его назначении.
2. Зарегистрироваться в ПФР и ФСС.
3. Получить коды статистики.
4. Изготовить печать.
5. Открыть расчетный счет в банке.
6. Составить список учредителей ООО.
7. Получить лицензию на выбранный вид деятельности.

Регистрация в ПФР и ФСС: в течение 5 дней после внесения записи о зарегистрированном ООО в ЕГРЮЛ Пенсионный фонд России (ПФР) и Фонд социального страхования (ФСС) должны направить по вашему адресу, указанному в регистрационных документах, свидетельства о регистрации в данных фондах. Если письма из ПФР и ФСС так и не дошли, то необходимо обратиться в ПФР и ФСС по месту регистрации ООО.

Необходимо обратить внимание на один момент, вызывающий иногда путаницу в вопросе необходимости самостоятельной регистрации юридических лиц в фондах. Согласно п. 8 Постановления Правления ПФР от 13 октября 2008 г. № 296п регистрация организаций в качестве страхователей происходит без заявления юридического лица, только на основе передачи сведений в ПФР от регистрирующей налоговой инспекции.

Но если происходит регистрация организации в качестве страхователя по месту нахождения обособленных подразделений, имеющих отдельный баланс, расчетный счет (то есть филиала), то в этом случае необходимо самостоятельно обратиться в ПФР с заявлением о регистрации российской организации в территориальном органе и перечнем документов, указанных в п. 12 Постановления Правления ПФР от 13 октября 2008 г. № 296п.

Для регистрации в ФСС обязанность самостоятельной регистрации юридических лиц возникает только для «страхователей – юридических лиц по месту нахождения своих обособленных подразделений, имеющих отдельный баланс, расчетный счет и начисляющих выплаты и иные вознаграждения в пользу физических лиц», то есть филиалов.

В случае неполучения информационного письма о присвоении кодов статистики либо получения просто уведомления из Росстата необходимо обратиться в отделение Росстата по месту регистрации.

При получении кодов статистики в отделение Росстата необходимо представить копии следующих документов:

1. Свидетельства о государственной регистрации и присвоении ОГРН.
2. Свидетельства о постановке на учет в налоговом органе.
3. Выписки из ЕГРЮЛ.

Список учредителей ООО должен храниться в ООО и поддерживаться его руководителем в актуальном состоянии. В связи с тем, что в списке присутствуют персональные данные учредителей, хранить данный документ необходимо с особой бережностью.

Хотя регистрация индивидуального предпринимателя проще и дешевле, чем юридических лиц, существуют свои плюсы и минусы в деятельности указанных форм предпринимательской деятельности.

***Глоссарий***

**Акционерным обществом** признается хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

**Индивидуальный предприниматель** с точки зрения закона – это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке, имеющее право на ведение предпринимательской деятельности (т. е. бизнеса) без образования (создания, учреждения) юридического лица (ООО и т. д.).

**Коммерческие организации** – организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.

**Крестьянским (фермерским) хозяйством** признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности в области сельского хозяйства, основанной на их личном участии и объединении членами крестьянского (фермерского) хозяйства имущественных вкладов.

**Общество с ограниченной ответственностью** – созданное одним или несколькими лицами (не более 50 человек) хозяйственное общество, уставный капитал которого (минимум 10 тыс. рублей) разделен на доли; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

**Полным** признается **товарищество**, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

**Предприниматель** – это субъект предпринимательской деятельности, стремящийся к максимизации своей прибыли за счет сознательного повышения экономического риска, связанного с вложением в дело собственных средств и принятия на себя имущественной ответственности за результаты хозяйственной деятельности.

**Предпринимательство** – инициативная, самостоятельная, осуществляемая на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение прибыли от пользования землей и имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

**Производственным кооперативом (артелью)** признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Законом и уставом производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Производственный кооператив является корпоративной коммерческой организацией. Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива субсидиарную ответственность в размерах и в порядке, которые предусмотрены законом о производственных кооперативах и уставом кооператива.

**Публичным** является акционерное общество, акции и ценные бумаги которого, конвертируемые в его акции, публично размещаются (путем открытой подписки) или публично обращаются на условиях, установленных законами о ценных бумагах. Правила о публичных обществах применяются также к акционерным обществам, устав и фирменное наименование которых содержат указание на то, что общество является публичным.

**Субъекты малого и среднего предпринимательства** – хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными Федеральным законом от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014), к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

**Товариществом на вере** (коммандитным товариществом) признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников – вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

**Юридическим лицом** признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно быть зарегистрировано в едином государственном реестре юридических лиц в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных Гражданским кодексом (ст. 48 Гражданского кодекса РФ).

***Источники***

# О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: Федеральный закон от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ (редакция, действующая с 30 сентября 2014 г.). – Консультант Плюс.

# Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 05.05.2014 г.). – Консультант Плюс.

1. О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования: Федеральный закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ (с изменениями на 4 июня 2014 г.). – Консультант Плюс.

# О лицензировании отдельных видов деятельности: Федеральный закон Российской Федерации от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ (с изменениями на 21 июля 2014 г.). – Консультант Плюс.

# Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 04.10.2014 г.). – Консультант Плюс.

1. Алексеева, Д.Г., Андреева, Л.В., Андреев, В.К. **Российское предпринимательское право:** учебник ∕ под ред. И.В. Ершова, Г.Д. Отнюкова. – М.: Велби, Проспект, **2010**. **–** 1072 с.
2. Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А. Н. Асаул. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. – 336с.
3. Предпринимательство: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка. – Издательство: Юнити-Дана, 2012 – 687 с.
4. Смагин, В.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.Н. Смагин, В.А. Киселева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2009. – 238 с.

*Тема:* **Анализ рынка, ценообразование и конкуренция**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Анализ рынка и место ценообразования в системе управления предприятием
2. Цели предприятия и их влияние на управление ценообразованием, финансовая логика торговли
3. Самодиагностика – отправная точка работы по уточнению ценовой политики предпринимателя
4. Методы ценообразования (порядок формирования цены, методы ценообразования, установление окончательной цены)
5. Три основных подхода к ценообразованию в розничной торговле

*Цель:*

Обоснование роли объективных методов ценообразования с учетом факторов рыночной среды в получении прибыли предприятия.

*Задачи:*

– показать целесообразность проведения исследований рынка и конкурентов в целях объективного выбора методов ценообразования и роль ценообразования в системе управления предприятием;

– описать взаимосвязь целей предприятия и их влияние на управление ценообразованием;

– обосновать роль самодиагностики в процессе корректировки ценовой политики предпринимателя;

– охарактеризовать методы ценообразования;

– рассмотреть три основных подхода к ценообразованию в розничной торговле.

*Компетенции:*

Ф2. Понимать роль и место анализа рынка в процессе предпринимательской деятельности и ценообразования при управлении финансовыми ресурсами предприятия.

Ф3. Понимать необходимость планирования доходов и расходов при осуществлении предпринимательской деятельности.

Ф4. Понимать роль цены как рыночного фактора при планировании финансовой деятельности и оценки эффективности функционирования предприятия.

Ф22. Различать краткосрочные и долгосрочные финансовые цели, связывать их с планами предпринимательской деятельности.

О3. Понимать сущность ценообразования и возможности применения различных стратегий ценообразования в условиях конкуренции.

О4. Знать основные требования к разработке и проведению рыночных исследований для выбора оптимальных методов ценообразования.

О11. Понимать, как различные экономические события могут сказаться на финансах индивидуального предпринимателя.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала по темам «Развитие предпринимательского образа мышления» и «Программы поддержки предпринимателей».

Она дает возможность более глубоко освоить темы «Роль бизнес-плана в получении финансирования» и «Выбор источников финансирования».

***1. Анализ рынка и место ценообразования   
в системе управления предприятием***

Известно, что успешный, прибыльный бизнес не возникает сам по себе. К успеху ведут запланированные и осуществленные действия, в первую очередь по изучению ситуации на рынке, определению конкурентов и выбору своего целевого сегмента, для которого и будет работать компания. Обозначенные вопросы входят в компетенцию маркетинга. Маркетинг включает в себя разнообразную деятельность, направленную, прямо или косвенно, на то, чтобы продать продукт или услугу, конечно, с выгодой для себя. Ведь вложенные в бизнес деньги должны приносить доход.

Учитывая, что малое предприятие не в силах работать для всего рынка сразу, актуализируется необходимость исследования рынка и выбора стратегии выхода на рынок, т. е. выбор целевого сегмента. Анализ рынка предназначен для того, чтобы узнать больше о конкретном бизнесе и среде, в которой он существует. Для исследования рынка применяют различные инструменты: анализ данных рыночных обзоров, фокус-группы, анкетирование и др. Последующий анализ полученной информации позволяет определить целевую аудиторию, узнать основных конкурентов, скорректировать ассортимент предлагаемых товаров и услуг, установить цены и разработать систему продвижения и маркетинговых коммуникаций. Полученные результаты могут помочь бизнесу, в т. ч. выбрать имя, разработать дизайн логотипа и фирменного стиля и определиться с множеством других аспектов, формирующих бренд.

При наличии большого количества конкурирующих бизнесов и значительного числа потенциальных покупателей, которых надо привлечь к вашему продукту (услуге), маркетинг помогает выделить ваш бизнес из числа прочих, а также дифференцировать ваш продукт или услугу по отношению к другим.

Иными словами, анализ рынка позволяет найти своему продукту или услуге место на рынке, чтобы выделиться на фоне остальных товаров и услуг.

*Например: Вы хотите открыть гостиницу для животных. Вы провели маркетинговое исследование, и оно показало, что:*

*– в зоне пешеходной доступности (на расстоянии 15-20 минут ходьбы) от выбранного места расположения планируемого заведения проживают 20 000 человек, у 2% из них есть домашние питомцы;*

*– всего в округе имеется два питомника: один при ветеринарной клинике, второй – приют для животных, организованный на добровольческой основе.*

*Эти питомники размещают о себе следующую информацию:*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Название* | *Время работы* | *Стоимость 1 дня содержания* | *Реклама* |
| *«Догхаус»* | *6.00–20.00* | *1200 рублей* | *«Pedigree» для вашего любимца* |
| *«Хранитель»* | *7.30–19.30* | *720 рублей* | *Мы любим вашего питомца не меньше вас* |

*Какие выводы можно сделать из этой информации?*

*– если владелец не кормит свою собаку «Pedigree», примут ли ее в «Догхаусе»?*

*– каких животных, помимо собак, принимают на постой?*

*– сколько в час будет платить клиент за услугу? А за неделю?*

*– ни в одном рекламном объявлении не говорится, как часто выгуливают собак и где;*

*– ни в одном рекламном объявлении не говорится, может ли клиент принести пищу для питомца с собой;*

*– ни в одном рекламном объявлении не говорится, сколько людей работают в питомнике;*

*– ни в одном рекламном объявлении не говорится об уровне подготовки персонала;*

*– ни в одном рекламном объявлении не говорится о безопасности и санитарных условиях;*

*– ни в одном рекламном объявлении не говорится, кто владелец питомника;*

*– удобны ли часы работы питомника владельцам животных?*

*– ни в одном рекламном объявлении не говорится, предоставляются ли дополнительно услуги груминга или ветеринарные услуги.*

*Какое рекламное объявление вы бы придумали для своей гостиницы для животных? Напишите его.*

*Обратите внимание, что простой беглый взгляд на два рекламных объявления помог сфокусировать мысли в отношении планируемого бизнеса. В этом и состоит цель маркетингового исследования.*

*Другой пример: предприниматель, прежде чем приступить к разработке концепции планируемого заведения общественного питания, должен выбрать его тип на основе результатов анализа сферы общественного питания в населенном пункте.*

*Классифицировать заведения общественного питания можно исходя из различных критериев, как то: по формату, по среднему чеку, по размеру помещения, по национальной направленности и типу кухни, по местоположению, по сетевому признаку, по количеству клиентов, по цели визита и характерному привлекательному элементу и др.*

*Критерии классификации отбираются в зависимости от поставленной задачи. Конечно, существующие попытки классификации сталкиваются с определенными трудностями, важнейшими из которых являются взаимопроникновение форматов и скрытость некоторых признаков. Тем не менее для клиента информация о типе заведения служит хорошим ориентиром того, какой уровень цен и обслуживания можно ожидать.*

*Таким образом, выбор типа предприятия общественного питания, исходя из реалий рынка, необходим, чтобы:*

*– сориентировать клиентов;*

*– сформировать комплекс продуктов и услуг, соответствующий избранному типу заведения питания;*

*– выстроить стратегию развития на будущее.*

Очевидно, время и энергия, использованные для того чтобы исследовать отрасль, в которой вы собираетесь работать, а также ваших потенциальных покупателей, – это существенное условие обеспечения успеха ваших начинаний! Такого рода работа поможет осознать возможные препятствия, а также воспользоваться открывающимися возможностями.

Это похоже на ситуацию в спорте. Перед любыми соревнованиями тренеры и спортсмены изучают своих противников, чтобы узнать об их сильных и слабых сторонах. Затем они выстраивают свою тактику поведения таким образом, чтобы набрать наибольшее количество очков и победить. Как владелец бизнеса, вы похожи на тренера, а ваше маркетинговое исследование – это первый шаг к победе.

При этом необходимо подчеркнуть, что маркетинговое исследование той отрасли, которой планирует заниматься предприниматель, должно проводиться на локальном уровне. Для малого предприятия розничной торговли продуктами питания актуален анализ не всех компаний в городе, предлагающих продовольственные товары, а тех предприятий, которые расположены в зоне его дислокации и пешеходной доступности для его потенциальных покупателей.

Ситуационный анализ отрасли, в которую предприниматель планирует войти, поможет определить особенности функционирования предприятий в этой сфере деятельности. Соответствующую информацию можно найти в периодической и специализированной печати, в открытых источниках сети Интернет (сайты профессиональных сообществ и ассоциаций, обзоры маркетинговых и аналитических компаний).

В результате проведения ситуационного анализа предприниматель должен получить представление об объеме рынка, тенденциях его роста, продаж, основных игроках, а также о других элементах данной отрасли в целом. Для систематизации полученной информации возможно использование соответствующих таблиц (табл. 1).

Только когда предприниматель определится с отраслью, которая подходит для реализации его бизнес-идеи, целесообразно уделить внимание исследованию потенциальных покупателей, их сегментации.

Таблица 1. Анализ рынка

Отрасль \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Анализируемые характеристики** | **Общее описание** | **Комментарии** |
| История |  |  |
| Объем рынка, платежеспособность покупателей |  |  |
| Сегменты, группы покупателей внутри рынка в целом |  |  |
| Рост рынка |  |  |
| Скорость внедрения инноваций |  |  |
| Жизненный цикл |  |  |
| Маржа |  |  |
| Ведущие игроки, потенциальные конкуренты |  |  |
| Оборот |  |  |
| Ведущие стратегические группы |  |  |
| Стоимость входа на рынок |  |  |
| Концентрация |  |  |
| Уровень рекламы, уровень конкуренции |  |  |
| Средний размер компаний |  |  |
| Рынок труда |  |  |
| Капитализация отрасли |  |  |

Табличная форма представления результатов анализа, например, в форме табл. 2, позволит в более наглядной форме анализировать потенциальных покупателей и сравнивать разные ниши.

Таблица 2 – Анализ потенциальных покупателей

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип покупателей. Ниша/сегмент | Преимущества ниши | Канал(ы) распространения. Как можно выйду на этих покупателей? | Объем рынка | Определяющие факторы, влияющие на решение о покупке | Другие факторы. Затраты на обслуживание покупателей |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Далее следует убедиться в конкурентоспособности предприятия. Для этого необходимо объективно оценить имеющиеся возможности в сравнении с сильными и слабыми сторонами конкурентов. В этих целях может быть использовано заполнение табл. 3 или проведение SWOT-анализа.

На просторах Интернета можно найти множество бесплатных или недорогих форм для исследований рынка. Вы можете использовать различные формы, выбирая из них вопросы для того, чтобы в конечном итоге самостоятельно сделать форму, предназначенную конкретно для ваших нужд.

Таблица 3 – Анализ конкурентов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Конкурент. Адрес, телефон, веб-сайт | Продукты, типы, цены | Уникальные черты /преимущества | Слабые стороны | Как можно конкурировать? Что можно сделать лучше? |
| Конкурент 1 |  |  |  |  |
| Конкурент 2 |  |  |  |  |
| Конкурент 3 |  |  |  |  |
| Конкурент 4 |  |  |  |  |

Конечно, если бюджет позволяет, можно обратиться в профессиональные маркетинговые компании. Сегодня существует множество фирм разных размеров, специализирующихся в самых разных областях, которые помогут в проведении маркетинговых исследованиях рынка. Такая инвестиция может быть весьма стоящей. Вы не только сэкономите время, но и вдобавок к ценной информации, возможно, получите не менее ценный профессиональный совет о перспективах развития бизнеса.

Только суммировав результаты проведенных исследований, можно переходить к разработке комплекса маркетинга предприятия, определяя ассортимент, цены, каналы сбыта и политику продвижения.

Следует подчеркнуть: проблему ценообразования в сфере потребительского рынка нельзя рассматривать в отрыве от остальных элементов управления деятельностью предприятия. Важнейшим элементом является планирование товарного ассортимента. То, какой товарный ряд предлагается в магазине, какого качества и какого ассортимента ожидают потребители, определяет те ожидания по ценам, которые розничная компания может или не может выполнить.

Второй существенный элемент – это система организации закупки, т. е. каким образом осуществляется закупка товара, насколько быстро можно обновлять ассортиментный ряд, менять объем товара, предлагаемого к продаже, а также качество управления запасами.

Третий элемент – мерчандайзинг закупок, т. е. выбор поставщиков конкретных видов товаров, брендов, разновидностей изделий, которые розничное предприятие может предложить. Это определяет то, с каким уровнем цен оно может выйти к своим покупателям и какой объем продаж достижим.

И, наконец, немаловажный элемент, который тоже влияет на ценовые решения, – это маркетинговые коммуникации в рознице, т. е. то, каким образом предприятие может формировать ценовые ожидания своих потребителей и воздействовать на их готовность заплатить более высокую цену или, наоборот, вызвать у них интерес к посещению магазина в момент распродажи по сниженной цене (рис. 1).

Стоит особо подчеркнуть, что управление ценообразованием в сфере малого предпринимательства – задача чрезвычайно важная именно с финансовой точки зрения. Из всех инструментов маркетинга именно цена определяет доходы фирмы и провоцирует немедленную реакцию конкурентов, и, соответственно, и предприниматели на действия конкурентов наиболее быстро могут отреагировать именно с помощью цены.

Система

закупок

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

Планирование товарного ассортимента

Маркетинговые коммуникации в рознице

Мерчендайзинг закупок

Рисунок 1 – Управление торговыми операциями

Можно поменять рекламу, выкладку товаров, даже размещение магазинов, но все это произойдет не так уж быстро и будет стоить довольно дорого. Изменение цены, как правило, осуществляется значительно быстрее, и потому часто она рассматривается как тактический инструмент. Кроме того, надо понимать, что цена является существенным инструментом позиционирования как товара, так и предприятия. Однако из этого следуют и некоторые ограничения для ценообразования. Несмотря на то что цена является инструментом тактическим, позволяющим быстрые коммерческие маневры в конкурентной среде, надо понимать и то, что она влияет на долгосрочные последствия для изменяющего цену предпринимателя. Поэтому если ценовые решения были сделаны непродуманно, в спешке и без тщательного анализа долгосрочных последствий, то это может перечеркнуть выгоду, которая получена малым предприятием в краткосрочной перспективе от того или иного изменения цены.

***2. Цели предприятия и их влияние на управление ценообразованием***

Начиная формирование цен, нужно определить цели (задачи), которые ставит предприниматель, и как они могут быть достигнуты с помощью ценовых решений (табл. 4).

Представленные выше вариации целей ценообразования приводят нас к пониманию финансовой логики управления ценообразованием в сфере розничной торговли. Она состоит в том, что для малого торгового предприятия важнее совокупная масса прибыли от продажи товаров, а не прибыльность, изначально заложенная в цену единицы товара.

Таблица 4 – Основные бизнес-цели малого предприятия и действия,  
 необходимые для их достижения

|  |  |
| --- | --- |
| Цель (задача)  малого предприятия | Действия, необходимые для достижения данной цели |
| Долгосрочное максимальное извлечение прибыли | Часто рассматривается как задача, общая для всех малых предприятий, которые, естественно, стремятся к получению прибыли и удовлетворению тем самым ожиданий инвесторов и собственников |
| Краткосрочное максимальное получение прибыли | Реакция на краткосрочный спрос на товар, например, при возникновении на рынке острого дефицита товара |
| Проникновение на рынок | Фирма использует стратегию пониженных цен, т. е. отказ от краткосрочной прибыли с целью увеличить долю рынка и вследствие этого долгосрочную прибыльность |
| Защита рынка | Противостояние действиям по конкурентному цено­образованию в короткие или более длинные сроки |
| Стабилизация рынка | Стремление установить цену на уровне рынка, чтобы избежать ценовой конкуренции |
| Позиционирование исходя из качества | При определенной ценности товара для покупателя его цена становится менее важной, чем качество |
| Позиционирование с помощью цены | При определенной ценности товара для покупателя цена становится более важной, чем качество |
| Целостность | Создание у покупателя ощущения «справедливости» цены, выстраивая понятную для покупателей систему цен, например, увязывая уровень цен с объективными техническими (физическими) характеристиками товаров |
| Пуск проекта | Стратегия понижения цен для внедрения фирмы на рынок |
| Сокращение объемов деятельности | Стратегия завышения цен для ухода фирмы с рынка |

Чтобы продемонстрировать это, рассмотрим данные о двух товарах, представленные в табл. 5 (вариант I).

Таблица 5 – Какой товар выгоднее для предпринимателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Товар *А* | Товар *В* |
| Розничная цена, руб. | 600 | 118 |
| Цена закупки, руб. | 360 | 100 |
| Прибыльность продаж, % | 60 | 15 |
| Оборотный капитал фирмы, руб. | 720 000 | 720 000 |

На первый взгляд, выгоднее товар А, в цене которого заложена прибыльность на уровне 60% против 15% по товару В. И поскольку величина оборотного капитала фиксирована и составляет 720 000 руб., то может показаться, что разумнее заняться продажами товара с более высокой нормой прибыли, а именно товара А.

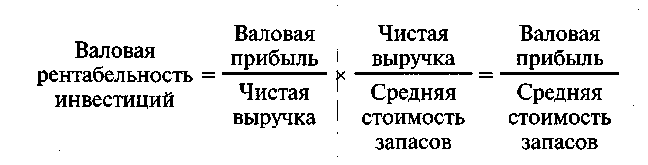
Однако продолжим анализ, введя в него дополнительные данные (табл. 6, вариант II).

Таблица 6 – Какой товар выгоднее для предпринимателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Товар *А* | Товар *В* |
| Розничная цена, руб. | 600 | 118 |
| Цена закупки, руб. | 360 | 100 |
| Прибыльность продаж, % | 60 | 15 |
| Оборотный капитал фирмы, руб. | 720 000 | 720 000 |
| Стоимость партии, руб. | 720 000 | 720 000 |
| Число единиц в одной партии, шт. | 2000 | 7200 |
| Оборачиваемость, раз в год | 2 | 8 |
| Выручка от продаж одной партии, руб. | 1 200 000 | 849 600 |
| Валовая выручка за год, руб. | 2 400 000 | 6 796 800 |
| Валовая прибыль от продаж, руб. | 960 000 | 1 036 800 |

Едва ввели в круг учитываемых данных информацию об оборачиваемости этих двух товаров (товар *А* в течение года обернулся два раза, а товар *В –* восемь раз), как картина принципиально изменилась. И несмотря на то, что прибыльность продаж товара *А* была в четыре раза выше, чем товара *В,* валовая прибыль от продаж товара *В* оказалась выше, чем товара *А,* на 76 тыс. руб., а выручка стала больше в 2,83 раза.

Таким образом, очевидно, что, принимая любые ценовые решения, предприниматель должен их сверять с логикой финансовой деятельности в сфере потребительского рынка, состоящей в том, что в торговле важнее всего не собственно прибыльность продаж, которая задается ценой, а интегрированный показатель, который можно назвать валовой рентабельностью торговых инвестиций или валовой рентабельностью товарных запасов*.* Такое название связано с тем, что в розничной торговле основные инвестиции традиционно – это вложения капитала в запасы товара, обеспечивающие непрерывность торговли.



Как видно из формулы, данный показатель является произведением прибыльности продаж (валовой прибыли, деленной на чистую выручку) и оборачиваемости запасов (чистой выручки, деленной на среднюю стоимость запасов). Под чистой выручкой мы понимаем в данном случае ту реальную массу денег, которая поступила в кассы торгового предприятия за вычетом всех скидок и бонусов, предоставленных покупателям.

Соответственно, исходя из формулы, мы можем управлять финансовыми выгодами от торговых операций либо повышая прибыльность продаж, но при этом жертвуя оборачиваемостью запасов, либо добиваясь большей оборачиваемости запасов товарной массы (и вложенного в нее капитала) в течение года, но жертвуя при этом прибыльностью продаж.

Иными словами, принимая решения по ценам, необходимо просчитывать, при каком уровне цены и соответствующей ей оборачиваемости будет достигнут наибольший показатель валовой рентабельности инвестиций в товарные запасы. Такой подход – наиболее взвешенный, грамотный и позволяет предпринимателю выбирать ценовые решения более обоснованно.

Таким образом, повышение рентабельности инвестиций малого предприятия (и, соответственно, выгоды для его владельца) достигается либо за счет торговли товарами с повышенной величиной прибыли в цене, либо за счет ускорения оборачиваемости, когда растет величина полученной в течение года выручки на рубль торговых активов (даже если это достигается путем продажи товаров с меньшей величиной прибыли в цене). Следовательно, задача предпринимателей состоит в выборе такой ассортиментной и ценовой политики своей фирмы, чтобы получить наивысшее значение валовой рентабельности торговых инвестиций.

Если эта логика не осознается, а цены устанавливаются по принципу «поставим наценку повыше – станем богаче», то финансовые результаты могут ока­заться довольно безрадостными.

***3. Самодиагностика – отправная точка работы   
по уточнению ценовой политики предпринимателя***

Когда предприниматель приступает к совершенствованию применяемой системы ценообразования, то начать стоит с самодиагностики того, какой модели ценообразования он придерживался до сих пор. Это позволит определить ту отправную точку, от которой далее будет выстраиваться более эффективная организация ценообразования. Для такой самодиагностики можно использовать вопросы, приведенные в табл. 7. Суть теста проста – надо всего лишь спросить себя, какие из этих вопросов вы чаще всего обсуждаете, когда дело доходит до цен.

Таблица 7 – Вопросы для самодиагностики ранее сложившегося типа ценовой политики

|  |  |
| --- | --- |
| Диагностические вопросы | Тип ценовой политики |
| 1. Если цены будут снижены, вырастут ли существенно доходы от продаж, оборачиваемость и валовая прибыль? | Ценообразование по спросу |
| 2. Стоит ли продавать товар по разным ценам в зависимости от уторговывания с покупателями, колебания сезонности и других причин? | Ценообразование по спросу |
| 3. Обеспечит ли данный уровень цен получение стандартной для предприятия маржи? | Ценообразование на основе издержек |
| 4. Какой уровень цен на этот товар нужен, чтобы возместить особые затраты по его закупке и организации продаж? | Ценообразование на основе издержек |
| 5. На каком уровне держат эти цены конкуренты и как наши цены будут с ними соотноситься? | Ценообразование по конкуренции |
| 6. Можем ли мы установить на этот товар повышенную цену благодаря особому имиджу нашего предприятия? | Ценообразование по имиджу |

Если вы чаще всего задаете себе вопросы № 1 или № 2, то, скорее всего, для вашего магазина характерно ценообразование по спросу с попыткой уловить его колебания и подстроиться под него.

Если же самый частый вопрос у вас № 3, то, скорее всего, для вашей деятельности характерно формирование затратного ценообразования на основе издержек и вы прежде всего озабочены покрытием своих затрат и получением гарантированного финансового результата.

Такой же «диагноз» можно поставить, если вы отдаете предпочтение вопросу № 4. Это тоже формирование цен на основе издержек – подход, который является широко распространенным.

Если же вы чаще всего обсуждаете вопрос № 5, то это означает, что вы вынуждены (или привыкли) заниматься прежде всего ценообразованием по конкуренции и живете с оглядкой на то, как делают свой бизнес ваши конкуренты.

Тот же вывод следует из предпочтений вопросу № 6. Здесь речь идет, естественно, о рынках товаров не массового спроса, а престижного потребления и предметов роскоши. Но бывает, что сам имидж магазина позволяет устанавливать более высокие цены, потому что гарантирует высокое качество товаров и услуг, и покупатель приходит именно в этот магазин в расчете на то, что купит самый качественный, самый хороший, самый надежный товар.

***4. Методы ценообразования***

Вопрос об уровне цены на производимый и реализуемый товар является наиболее важным для всех предприятий, работающих на рынке (производителей и продавцов). Но особенно он актуален для малых предприятий и индивидуальных предпринимателей, поскольку объемы личных финансов предпринимателей в существенной мере зависят от показателей экономической деятельности их предприятий.

В зависимости от особенностей товара, размеров и финансовой мощи предприятия для расчета цены могут использоваться различные методы. Однако при этом применяется общая схема расчета цены (рис. 2).

Рассчитанная любым методом цена является предварительной величиной, позволяющей предприятию оценить ситуацию и принять решение по корректировке цены с учетом скидок, надбавок, действующей системы налогообложения, инфляционных процессов и т. д.

Предприятие должно выбрать такой метод, который наиболее полно отражал бы специфику рынка конкретного товара. Хотя окончательный уровень цены определяется рынком, каждое предприятие определяет исходную (базовую) цену, используя различные методы. Каждый из методов имеет свои преимущества и недостатки и по-разному влияет на уровень цены (табл. 8).

Необходимо отметить, что затратные методы ценообразования (рис. 3) являются наиболее распространенными в РФ, их популярность объясняется следующим:

во-первых, российская экономика долгое время находилась в условиях планово-административного регулирования;

во-вторых, в основе затратного ценообразования лежат данные бухгалтерской отчетности и документы, регламентирующие величины наценок (скидок), то есть калькулирование издержек производства и сбыта продукции.

3. Оценка издержек производства

4. Анализ цен и качества товаров конкурентов

1. Постановка целей и задач ценообразования

2. Определение спроса на продукцию

7. Установление окончательной цены

5. Выбор метода ценообразования и расчёт

исходной цены

6. Учёт дополнительных факторов

Рисунок 2 – Алгоритм расчета цены

Таблица 8 – Основные методы ценообразования

|  |  |
| --- | --- |
| Методы, ориентированные на затраты | Метод полных издержек  Метод предельных издержек  Метод дохода с оборота  Метод анализа безубыточности и определения целевой прибыли  Метод рентабельности инвестиций |
| Рыночные методы:  а) методы, ориентируемые на спрос  б) методы, ориентированные на конкурентное окружение | Метод потребительской оценки  Метод текущих затрат  Метод следования за лидером конкуренции  Тендерный метод |
| Эконометрические (параметрические) методы | Метод сравнения удельных показателей  Метод корреляционно-регрессионного анализа  Агрегатный метод  Метод бальных параметрических оценок |

Продукт

Технология

Затраты

Цена

Ценность

Покупатель

Рисунок 3 – Схема затратного ценообразования

При таком подходе рынок оказывает очень слабое влияние на уровень и динамику цен, он только фиксирует уровень спроса на товар при уже установленной цене.

Все методы определения цен на основе затрат предприятия подходят для определения исходной (базовой) цены, которая должна ответить на вопрос: можно или нельзя выходить на рынок с данным товаром, но не для определения окончательной продажной цены.

При рыночном подходе к ценообразованию цена товара формируется на рынке.

Покупатель

Ценность

Цена

Затраты

Технология

Продукт

Рисунок 4 – Схема рыночного подхода к ценообразованию

Поскольку основа рыночных методов ценообразования – спрос и конкуренция, выделяют две группы методов:

1. Ценообразование, ориентируемое на спрос.
2. Ценообразование, ориентируемое на конкуренцию.

При определении цены с ориентацией на спрос, предприятие исходит из того, что потребитель самостоятельно оценивает ценность товара, беря в расчет основные и дополнительные (например, психологические) преимущества товара по сравнению с аналогичными на рынке, его качество, уровень и качество послепродажного обслуживания товара и т. д., и с учетом этих обстоятельств определяет соотношение между оценкой полезности товара и его ценой.

Основным фактором при этом методе являются не издержки продавца, а покупательское восприятие, позволяющее покупателю выбрать наиболее оптимальный с точки зрения цены и качества товар.

При использовании методов с ориентаций на спрос производственные затраты рассматриваются лишь как ограничительный фактор, ниже которого реализация данного товара невыгодна. При этом производственные затраты могут быть одинаковыми при разном уровне цен.

При определении цен с ориентацией на конкуренциюнеобходимо учитывать структуру и конъюнктуру рынка, а также положение данного предприятия на рынке.

В этом случае различают три метода определения цен:

1. Метод текущих цен.
2. Метод следования за лидером.
3. Метод тендера, или метод «запечатанного конверта».

Эконометрические методы ценообразования основаны на определении количественной зависимости между ценами и основными потребительскими свойствами товара, входящего в параметрический ряд.

Параметрический ряд – это группа товаров однородных по функциональному назначению, конструкции, технологии изготовления, но различных по потребительским характеристикам. Например, для холодильников это мощность, размеры, объем морозильной камеры, энергоемкость и т. д.

Эти методы используются при формировании цен на новые изделия, комплексную сложную продукцию, состоящую из множества компонентов. Их целесообразно использовать на потребительском рынке, реализующем широко дифференцированные взаимозаменяемые товары.

Эконометрические методы включают:

1. Метод сравнения удельных показателей.
2. Метод корреляционно-регрессионного анализа.
3. Агрегатный метод.
4. Метод бальных параметрических оценок.

Стоит отметить: при выведении на рынок новых товаров в рыночной практике принято применять следующие подходы к ценообразованию:

1. Цена «снятия сливок».
2. Цена «проникновения на рынок».
3. Цена с ориентацией на возмещение издержек производства.

Выбор данных подходов к определению цены зависит от ряда факторов:

– скорости внедрения товара на рынок;

– положения предприятия в отрасли;

– доли рынка сбыта, принадлежащей данному предприятию;

– конъюнктуры рынка;

– степени новизны товара и наличия товаров-заменителей.

При установлении конечного уровня цены необходимо учитывать следующие аспекты.

1. Психологическое восприятие цены покупателями, поскольку частопокупатели увязывают цену товара с его качеством, и могут предпочесть более дорогой товар как лучший и престижный.

Одним из распространенных приемов установления «психологической цены» являются «неокругленные» цены, например, не 300, а 299. Покупатель воспринимает ее как более обоснованную и близкую не к 300, а к 200, поэтому такие особенности важны при установлении цены на новые товары.

Если принимается ценовое решение о товарах, уже находящихся на рынке, то надо учитывать реакцию покупателей на изменение цены, так как ее повышение или понижение воспринимается по-разному. И совсем не обязательно уменьшение цены вызывает увеличение спроса, а повышение – его снижение. Покупатель может воспринимать снижение цены как наличие в товаре недостатков, изъянов, его морального старения, поэтому вместо ожидаемого роста продаж может произойти его снижение. Увеличение цены, наоборот, может расцениваться как то, что товар пользуется спросом и его надо купить, пока он не очень дорог, что приведет к ажиотажному спросу.

1. Реакция конкурентов на изменение цен.Конкуренты могут предпринимать те же действия, что и вы, поэтому очень важно предугадать их поведение, так как если они предпримут такие же меры, то предприятию нет смысла менять цены — на экономических показателях деятельности это скажется отрицательно.
2. Соответствие установленных цен целям ценовой политики предприятия.Уровень установленных цен должен обеспечивать реализацию поставленных целей.
3. Политика государства в области ценообразования.Предприятие должно знать и учитывать законы, касающиеся установления цен, и быть уверенным в правомочности своих действий.
4. Система скидок, применяемых при установлении окончательной цены.Цель применения скидок – стимулирование сбыта, снижение затрат на хранение, избавление от залежалой и дефектной продукции, привлечение новых покупателей и сохранение постоянных клиентов, ответные действия на снижение цен конкурентов.

Размер скидки (ее верхний предел) определяется предпринимателем с учетом сопоставления прироста товарооборота и прибыли с потерями, получаемыми за счет снижения цены.

1. Инфляционные ожидания*.* В условиях инфляции предприниматели должны учитывать и оценивать инфляционные ожидания для обоснования цен на продукцию и товары, то есть реальные условия функционирования рынка. Инфляция заставляет предпринимателей закладывать в цену более высокий уровень рентабельности.

Надо заметить, обосновать рост цен с учетом инфляции в сфере торговли сложнее, чем в сфере производства, так как, кроме роста издержек обращения, необходимо учитывать все факторы, влияющие на спрос покупателей, а именно:

* рост средней заработной платы в стране;
* прогнозируемый индекс инфляции в экономике (официальный и экспертный);
* прогнозируемый индекс роста цен на потребительские товары в разрезе товарных групп;
* анализ поведения конкурентов в области ценообразования в условиях инфляции.

***5. Три основных подхода к ценообразованию в розничной торговле***

В практике розничной торговли существуют три основных варианта ценовой политики (стратегии) розничной торговой фирмы:

1. Поддержание среднего уровня цен в своих магазинах выше уровня рынка.
2. Поддержание среднего уровня цен в своих магазинах на уровне рынка.
3. Поддержание среднего уровня цен в своих магазинах ниже уровня рынка.

Рассмотрим подробнее особенности этих вариантов и условия их предпочтительности для конкретного розничного торгового предприятия.

1. Ценообразование выше уровня цен, стандартного для данного регионального рынка (*«Ни у кого из конкурентов не будет цен выше, чем у нас»*). Такая политика ценообразования вполне разумна и адекватна для рынков товаров престижного потребления и предметов роскоши, где сама цена является элементом качества. Она выступает как важнейший инструмент позиционирования, а необходимость покупки в данном предприятии по столь высокой цене не отпугивает покупателя, а, наоборот, является элементом, щекочущим его самолюбие: он может позволить себе покупать в самом дорогом магазине по самой высокой цене.

Если говорить о том, какие еще факторы, помимо престижности, могут оправдывать предложение на рынок товаров по более высокой цене, чем у конкурентов, то к ним относятся:

– организация мерчандайзинга, который привлекает клиентов (широта ассортимента и гарантированная подлинность товаров, что не так часто можно найти в отечественных магазинах);

– более широкий ассортимент дополнительных услуг, предлагаемых в магазине данного предпринимателя по сравнению с магазинами фирм-конкурентов;

– более удобное расположение торгового зала или торгового центра;

– дополнительные часы работы – например, ночью, что для покупателей, не имеющих возможности купить товары днем, является вполне приемлемым решением, даже если цены будут выше.

2. Ценообразование на уровне рынка (*«Наши цены будут абсолютно тождественны ценам наших конкурентов»*).

Реализация такой политики ценообразования лишает покупателей оснований выбирать между магазином данного предпринимателя и магазинами других торговых компаний по уровню цены. Основой выбора, соответственно, становятся иные критерии – широта ассортимента, местоположение магазинов и сервис.

Эта политика ценообразования будет успешной в том случае, если предприниматель постоянно ведет мониторинг цен своих конкурентов, чтобы определить тот диапазон, который для данного рынка в сознании покупателей является сегодня «справедливым и приемлемым». Цены в этой фирме, как правило, устанавливаются так, чтобы они попадали в «диапазон справедливости», поскольку предполагается, что всякий выход за границы этого диапазона, особенно вверх, может привести к тому, что клиенты откажутся от покупок.

3. Ценообразование ниже рынка (*«Ни у кого из конкурентов не будет цен ниже, чем у нас»*). Другими словами, борьба за звание лидера низких цен. В этом случае предприниматель тщательно ведет мониторинг цен на своем рынке, стараясь поддерживать у себя самый низкий уровень цен на товары стандартного ассортимента. Цель этого очевидна – позиционировать в сознании покупателей свой магазин как торговое предприятие с самыми низкими ценами, какие только можно найти в данный момент времени на данном рынке. Целевую аудиторию при такой политике составляет основная масса покупателей с низкими доходами, и потому высокой чувствительностью к ценам. В рамках такой политики ценообразования предприниматель обычно отбирает в свой ассортимент самые дешевые типы товаров, регулярно производит уценки и предоставляет дополнительные скидки с цен своих товаров разным категориям покупателей. Это обеспечивает высокую заполняемость магазина и оборачиваемость товарной массы, а значит, и большой объем продаж, чтобы за счет этого добиться высокого объема прибыли в расчете на квадратный метр торговых помещений.

Какой бы из этих вариантов ни выбрал индивидуальный предприниматель, это будет важным, но только первым шагом к формулировке целостной системы правил управления ценообразованием в розничной торговой компании, сопряженных с выработкой cxeм решения ценовых задач более частных, но не менее значимых для успеха малого предприятия.

***Глоссарий***

**Агрессивное ценообразование, демпинг** (dumping) – политика ценообразования, состоящая в том, чтобы устанавливать цены на крайне низком уровне (иногда даже ниже полных издержек производства и организации продаж), выдавливающем конкурентов с рынка.

**Активное ценообразование** (proactive pricing) – установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности операций.

**Безубыточное изменение продаж** (breakeven sales change) – минимальное изменение числа продаж, которое необходимо, чтобы изменение цен привело к росту относительного выигрыша фирмы по сравнению с исходным уровнем.

**Безубыточный прирост продаж** – минимально приемлемая величина изменения объема продаж в натуральном или относительном выражении, необходимая для того, чтобы изменение цены не привело к ухудшению финансового результата продаж по сравнению с ситуацией, существовавшей до изменения цены.

**Величина спроса**(quantity demanded) – количество единиц товара, которое может быть приобретено на рынке в определенный период времени при некотором уровне цены и неизменных прочих факторах.

**Вертикальная фиксация цен** – договоренность об уровнях цен между разными уровнями одного и того же канала товародвижения.

**Внешние справочные цены** – те, которые задаются конкурентным окружением данного торговца, т. е. рекламными сообщениями или ценами в других магазинах или на другие продукты в том же самом магазине.

**Внутренние справочные цены** – те, что запечатлелись в памяти потребителя на основе его прошлого опыта покупок.

**Выигрышность продаж** – отношение величины выигрыша к цене единицы товара, характеризующее выгодность торговли данным товаром.

**Гибкое ценообразование** – политика, которая предполагает, что одни и те же продукты в одном и том же количестве будут проданы разным клиентам по разной цене.

**Запас финансовой безопасности** (margin of safety) – объем товаров, который фирма согласно прогнозам рынка может надеяться продать сверх объема, обеспечивающего ей безубыточность.

**Затратный подход к ценообразованию** (cost-based pricing) – метод ценообразования, принимающий в качестве отправной точки фактические затраты фирмы на производство и организацию сбыта товаров.

**Затраты** – операционные расходы, возникающие при ведении бизнеса, например, зарплата, страховка, аренда, налоги.

**Зона приемлемости изменения цен** – воспринимаемый покупателем диапазон цен, в пределах которого он считает повышение цены на товар «справедливым».

**Зонтик цен** (price umbrella) – формирование лидирующими фирмами цен в определенном сегменте рынка с повышенной рентабельностью.

**Исходная наценка** – показатель, равный изначально установленной розничной цене минус стоимость приобретения товара розничным магазином.

**Итоговая наценка** – показатель, равный реальной выручке от продажи данного товара минус стоимость приобретения товара данным розничным магазином.

**Кривая безубыточных продаж** (breakeven sales curve) – линия, описывающая изменения объемов продаж, при которых изменения цен не ведут к сокращению объемов прибыли, получаемой фирмой при прежнем уровне цены.

**Кривая вероятности покупок** (purchase probability curve) – график, показывающий, какая доля генеральной совокупности покупателей согласится приобрести товар при том или ином уровне цены.

**Кумулятивные скидки за объем закупок** (cumulative quantity discounts) – мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он приобретет за определенный период времени объем товара свыше договорного предела, и распространяется на объем товара сверх этого предела.

**Купон**– документ, который удостоверяет право его обладателя на приобретение товара по особой цене или получение определенного размера скидки на определенный тип товаров или услуг.

**Линейка товаров** (product line) – группа товаров, которые тесно связаны между собой либо в процессах потребления или распределения, либо по уровням цен, либо за счет привлечения одних и тех же групп покупателей.

**Маржа** – показатель, равный цене реализации товара за вычетом издержек по его приобретению, т. е. выигрышу или валовой прибыли от продаж.

**Маржинальная (предельная) выручка** (marginal revenue) – выручка фирмы от продажи дополнительной единицы товара.

**Маржинальные (предельные) затраты** (marginal costs) – затраты фирмы на производство дополнительной единицы товара.

**Минимально значимое различие в ценах** (just noticeable difference) – абсолютная разница в уровнях цен на один и тот же товар, способная существенно изменить величину спроса на него.

**Непиковые распродажи** – распродажи, проводимые после окончания периода продаж, связанных с подготовкой, например, рождественских или новогодних подарков для всех окружающих, когда наступает спад и приходится принимать решение о распродаже, чтобы поддержать заполненность магазинов и оборачиваемость товара после окончания праздников.

**Оборачиваемость активов** (turnover rate) – величина выручки от продаж, полученная в течение отчетного периода (месяца, квартала, года), в расчете на единицу стоимости всех активов фирмы.

**Параметрический ряд товаров** (parametric line) – группа товаров одинакового функционального назначения, различающихся уровнями основных потребительских параметров (например, мощность, грузоподъемность и т.п.).

**Параметрическое ценообразование** (parametric pricing) – установление цен на параметрический ряд товаров в соответствии с формализованной моделью зависимости цены от значений основных потребительских параметров этих изделий.

**Пассивное ценообразование** (passive; reactive pricing) – установление цен строго на основе затратного метода или только под влиянием ценовых решений конкурентов.

**Переменное ценообразование** – политика, которая предполагает, что спрос и предложение могут колебаться во времени и в соответствии с этими колебаниями розничный торговец меняет цены.

**Персонализированные потребители** – потребители, которые имеют четко выраженные предпочтения по определенным типам товаров и озабоченные именно уровнем цен на эти товары.

**Плановая прибыль** – прибыль, как минимум превышающая величину, равную произведению средневзвешенной стоимости капитала на совокупные активы, т. е. обеспечивающая возможность покрыть стоимость заемных и собственных средств, вложенных в развитие данного предприятия.

**Плановая сумма уценок** – планируемое снижение цены в процессе продаж, определяется экспертным образом, например, как среднестатистический процент от годовой суммы закупок, который пришелся на уценки в предыдущий год.

**Плановые торговые издержки** – затраты, необходимые торговому предприятию для ведения его бизнеса при нормальном уровне эффективности.

**Позиционирование товара** (product positioning) – создание у покупателей средствами маркетинга представления о том, как товар фирмы соотносится с товарами других фирм по своим свойствам.

**Политика цен** (price policy) – система стандартных правил определения цен для типовых сделок продажи товаров фирмы.

**Построение карты рынка** – метод анализа потребительского рынка, при котором все игроки располагаются в матрице, построенной на основе каких-либо двух важных для потребителей параметров. Путем анализа свободных зон, остающихся в матрице, происходит поиск свободных перспективных рыночных ниш.

**Потребители, ориентированные на ассортимент,** – те, кто заинтересован в том, чтобы иметь хорошее соотношение различных вариантов товаров и их цен.

**Потребители, ориентированные на удобство,** – те, кого может больше интересовать удобство и низкая цена покупки определенных товаров стандартного потребления, чем цены на все остальные товары ассортимента.

**Прибыль** – доход минус затраты; деньги, заработанные путем предоставления покупателям товаров или услуг.

**Предложение ценности** – ценность, которая создана для целевого рынка, «проблема, которую бизнес решает для покупателя».

**Розничная цена** (retail price) – цена продажи потребительских товаров конечному покупателю.

**Рубежи цен** – психологические барьеры в сознании потребителей, формирующиеся на основе предыдущего опыта покупок. Повышение цены выше рубежа связано с большими трудностями в восприятии потребителей.

**Связанное ценообразование** – модель, использующаяся в ситуации, когда какой-то товар является чрезвычайно востребованным покупателями, вследствие чего создается некое ощущение его дефицита, и тогда покупателю предлагается его купить только в наборе с менее привлекательным товаром.

**Скидка при комплексной закупке товаров**(tied purchasing discounts) – мера снижения стандартной продажной цены, которая гарантируется покупателю, если он приобретет данный товар вместе с другими дополняющими товарами этой фирмы.

**Устойчивое конкурентное преимущество** – преимущество, которое позволяет бизнесу предлагать большую ценность потребителям и получать возрастающую прибыль.

**Целевой рынок** – покупатели, которых обслуживает данный бизнес.

**Ценовые методы** – это методы формирования цен на товары и услуги в рамках принятой ценовой стратегии.

**Ценовой лидер**– товар с высоким уровнем спроса, цены на который устанавливаются на крайне низком уровне.

**Ценовой ряд** (price line) – существующие одновременно соотношения цен на разные модели или модификации одного и того же товара одной фирмы или всех фирм, действующих на данном рынке.

**Ценовые линейки** – группы товаров, цены которых выстроены в определенной логике, чтобы упростить для потребителя процесс совершения покупки, когда он приходит в зал магазина.

**Ценообразование выше уровня рынка** – политика, при которой ретейлер устанавливает высокую цену (выше, во всяком случае, чем у конкурента) в силу того, что он понимает, как влияют на принятие решения о покупке факторы, которые для покупателей важнее, чем цена товара.

**Ценообразование на набор** – практика продажи двух и более разных товаров или услуг, чаще всего взаимодополняемых, вместе по одной общей цене.

***Источники***

1. Как создать свой бизнес: индивидуальный или совместный / ред. сост. А.Т. Гаврилов, М. И. Посошкова. – М.: «Российская газета», 2010. – 159 с.
2. Левитас, А. М. Больше денег от вашего бизнеса: партизанский маркетинг в действии / А. М. Левитас. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 317 с.
3. Липсиц, И.В. Управление ценами в ретейле / И.В. Липсиц, О.И. Рязанова. – М.: Эксмо, 2008. – 384 с.
4. Медведев, А. П. Малый бизнес: советы владельцам и управляющим / А. П. Медведев. – СПб.: Питер, 2011. – 222 с.

***Информационные ресурсы Интернета***

1. <http://www.oai.ru/swot.htm> – сайт Института открытия способностей – примеры SWOT-анализа (СВОТ анализ).
2. <http://marketing.rbc.ru> – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг».
3. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка.
4. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка.
5. [www.alt-invest.ru](http://www.alt-invest.ru) – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка.
6. <http://marketing.vc> – обзоры, результаты, отчеты исследований рынка.

*Тема:* **Выбор источников финансирования предпринимательской   
деятельности**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Классификация инвестиционных ресурсов и система финансового обеспечения деятельности предприятия
2. Источники финансирования деятельности предприятия и предпринимателя
3. Методы финансирования

*Цель:*

Анализ и оценка выбора источников финансирования для развития предпринимательской деятельности.

*Задачи:*

– раскрыть классификацию инвестиционных ресурсов и систему финансового обеспечения деятельности предприятия;

– рассмотреть источники финансирования деятельности предприятий и предпринимателей;

– проанализировать методы финансирования.

*Компетенции:*

К1. Знать выгоды и риски, связанные с разными способами кредитования, понимать различия в процентной ставке по ним.

Ф5. Знать основные критерии принятия решений о целесообразности инвестирования капитала в реальные и финансовые активы.

Ф9. Понимать разницу между долгосрочными, среднесрочными и краткосрочными финансовыми обязательствами и тем, как различается планирование и принятие решений в этих случаях.

Ф20. Осознавать необходимость внутренней дисциплины и регулярности управления финансами.

Р2. Понимать основные принципы и функции страхования в отличие от сбережения и инвестирования.

Р3. Понимать сущность финансовых рисков, какими они бывают, и знать способы их минимизации.

Д13. Брать ответственность за финансовые решения, осознавать последствия этих решений.

З1. Знать права и обязанности потребителей финансовых услуг.

З3. Знать, куда и в каких случаях нужно жаловаться.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала по темам «Программы поддержки предпринимателей», «Роль бизнес-плана в получении финансирования».

Она дает возможность более глубоко освоить темы «Управление финансами и финансовый контроль», «Способы оптимизации налоговых платежей».

***1. Классификация инвестиционных ресурсов   
и система финансового обеспечения деятельности предприятия***

Инвестиционные ресурсы – это часть финансовых ресурсов предприятия, организации или физического лица, направленных для осуществления вложений в объекты инвестирования.

Основная цель формирования инвестиционных ресурсов – это удовлетворение потребности в приобретении необходимых инвестиционных активов и оптимизация их структуры для эффективной финансово-хозяйственной деятельности.

Инвестиционные ресурсы предприятия классифицируются по следующим признакам:

По типу собственности:

* собственные инвестиционные ресурсы;
* заемные инвестиционные ресурсы.

По натурально-вещественной форме:

* инвестиционные ресурсы в денежной форме;
* инвестиционные ресурсы в материальной форме (движимое и недвижимое имущество (здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности);
* инвестиционные ресурсы в нематериальной форме (технологические, технические и другие знания, оформленные в виде технической документации, права пользования землей, водой, ресурсами, зданиями, сооружениями, оборудованием, а также другие имущественные права и ценности).

По периоду привлечения:

* инвестиционные ресурсы, привлекаемые на долгосрочной основе;
* инвестиционные ресурсы, привлекаемые на среднесрочной основе;
* инвестиционные ресурсы, привлекаемые на краткосрочной основе.

По направлению использования:

* инвестиционные ресурсы для реального инвестирования (финансирование реальных проектов, производств);
* инвестиционные ресурсы для финансового инвестирования (вложения в финансовые инструменты – банковские депозиты, ценные бумаги, драгоценные металлы и т. п.).

Выделяют три основных экономических субъекта-потребителя инвестиционных ресурсов: государство, предприятие и предприниматели (домашние хозяйства).

Система финансового обеспечения инвестиционной деятельности – это единство источников, методов и инструментов финансирования инвестиционной деятельности.

Цель – обеспечить рост эффективности инвестирования при минимальных финансовых рисках.

Процесс формирования системы включает следующие этапы:

1. Определение потребности в общем объеме капитала.
2. Анализ возможных источников финансирования деятельности предприятия.
3. Определение методов и инструментов финансирования.
4. Оптимизация структуры источников финансирования.

1-й этап – определение потребности в общем объеме капитала включает:

* определение необходимого объема финансовых средств реального инвестирования, в том числе капитальных вложений (стоимость строительства новых объектов, стоимость приобретения действующего предприятия, расширение производства, техническое перевооружение, реконструкция действующих объектов предприятия, замена оборудования и т. д.), вложений в прирост оборотных средств, вложений в нематериальные активы;
* определение общей потребности в инвестиционных ресурсах для реального инвестирования, в том числе времени реализации.

2-й этап – анализ возможных источников финансирования предприятия. Проводится подробный анализ собственных, заемных и привлеченных источников финансирования.

3-й этап – определение методов и инструментов финансирования, включает: внутреннее самофинансирование, акционерное финансирование, кредитное финансирование, смешанное финансирование.

4-й этап – оптимизация структуры источников финансирования. Включает:

* расчет средневзвешенной стоимости инвестируемого капитала и инвестиционной стоимости предприятия;
* расчет финансовой устойчивости предприятия;
* расчет ожидаемой прибыли и рентабельности от инвестиционной деятельности.

***2. Источники финансирования деятельности предприятия   
и предпринимателей***

Источники финансирования инвестиций – это фонды и потоки денежных средств, посредством которых осуществляют процесс инвестирования.

Источники финансирования классифицируются по следующим признакам:

1. По отношению к субъекту инвестирования: внешние, внутренние. Вместе они образуют потенциал финансирования хозяйствующих субъектов.
2. По национальной принадлежности: отечественные, иностранные.
3. По видам собственности: собственные, заемные.

Классификация источников финансирования предполагает разделение уровней финансирования.

Выделяют макроэкономический уровень (национальная экономика) и микроэкономический уровень (предприятие).

На макроэкономическом уровне к внутренним источникам относятся национальные финансовые ресурсы:

* сбережения населения;
* накопления предприятий, коммерческих банков, инвестиционных фондов, страховых фирм;
* налоги предприятий и населения и т. д.

К внешним источникам относят:

* кредиты и займы;
* иностранные инвестиции.

На микроэкономическом уровне внутренние источники инвестирования – это собственные средства предприятия, а внешние – привлеченные и заемные средства.

Рассмотрим подробнее источники финансирования предприятия.

1. Собственные средства.

Уставный капитал – это сумма средств, представленных собственниками для обеспечения уставной деятельности предприятия.

Он является основным источником финансирования на момент создания коммерческой организации, определяет минимальный размер ее имущества, гарантирующий интересы кредиторов.

Законодательством РФ установлена минимальная величина уставного капитала организаций различных форм собственности.

Формирование уставного капитала происходит путем внесения вкладов учредителей предприятия, как в денежной, так и в натуральной формах.

Уставный капитал относят к постоянной части пассивного капитала организации. Вместе с тем уставный капитал может быть увеличен или уменьшен. Порядок изменения уставного капитала предприятия зависит от его организационно-правовой формы. Общество с ограниченной ответственностью может увеличить уставный капитал за счет взносов дополнительных участников общества, за счет вкладов третьих лиц (если это не запрещено уставом общества).

Добавочный капитал – отражает прирост стоимости внеоборотных активов в результате переоценки основных фондов и других материальных ценностей со сроком полезного использования свыше 12 месяцев.

Добавочный капитал направляется на погашение убытков и на увеличение уставного капитала.

Резервный капитал (фонд) – может создаваться предприятием или в обязательном порядке, или если это предусмотрено в учредительных документах. Расходовать резервный капитал можно в зависимости от типа организации на покрытие убытков, увеличение уставного капитала, покрытие непредвиденных расходов и другие цели.

Амортизационные отчисления. В отличие от прибыли они не зависят от финансовых результатов деятельности предприятия, а зависят от объема амортизируемого имущества, сроков службы и применяемых методов начисления амортизации.

В структуре собственных источников финансирования ключевую роль играет прибыль.

Прибыль предприятия характеризует финансовые результаты его хозяйственной деятельности, формируется как разница между доходами и расходами предприятия.

Доходы предприятия включают доходы от обычных видов деятельности + прочие поступления.

Доходами от обычных видов деятельности являются выручка от реализации продукции и товаров, а также поступления, связанные с выполнением работ и оказанием услуг.

Прочие поступления – доходы, отличные от поступлений по обычным видам деятельности. Они включают:

* поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации по договору аренды;
* поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций, включая проценты и иные доходы по ценным бумагам;
* прибыль, полученная от совместной деятельности;
* поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме валюты), продукции, товаров;
* проценты за пользование банком денежными средствами, находящимися на счете организации в этом банке;
* штрафы, пени, неустойки;
* активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;
* прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году и др.

Расходы предприятия включают расходы от обычных видов деятельности и прочие расходы.

Важнейшие группы расходов, связанные с производством и реализацией продукции, – это материальные затраты, суммы начисленной амортизации, расходы на оплату труда.

Часть чистой прибыли, оставшейся после уплаты налогов и других обязательных платежей, предприятие вправе направлять на финансирование инвестиционной деятельности путем создания фонда накопления или иного аналогичного фонда.

Одним из факторов возможного роста прибыли как источника финансирования инвестиций является налоговый кредит.

Налоговый кредит может предоставляться всем налогоплательщикам. Он дает возможность предприятию в течение определенного срока и в определенных границах уменьшать свои налоговые платежи с последующей уплатой налоговых обязательств и налоговых процентов.

Условия предоставления инвестиционного налогового кредита регламентируются Налоговым кодексом РФ.

1. Привлеченные средства.

К ним относят средства, предоставленные на постоянной основе, по которым может осуществляться выплата дохода их владельцам.

К ним относят:

* дополнительные взносы в уставный капитал (паи);
* бюджетные средства на целевое инвестирование;
* средства централизованных фондов и объединений и т. д.

1. Заемные средства.

К ним относят денежные ресурсы, полученные в ссуду на определенный срок и подлежащие возврату с уплатой процентов, в том числе:

* средства, полученные от выпуска облигаций и других долговых обязательств;
* кредиты банков и других финансово-кредитных институтов;
* лизинг и т. д.

Каждый из используемых источников финансирования имеет свои достоинства и недостатки (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика источников финансирования

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Источник финансирования | Достоинства | Недостатки |
| Внутренние источники  (собственные средства) | 1. Легкость, доступность и быстрота мобилизации.  2. Снижение риска неплатежеспособности.  3. Более высокая прибыльность в связи с отсутствием необходимости выплат по привлеченным и заемным источникам.  4. Сохранение собственности и управление учредителей. | 1. Ограниченность объемов привлечения средств.  2. Отвлечение собственных средств от хозяйственного оборота.  3. Ограниченность независимого контроля за эффективностью использования инвестиционных ресурсов. |
| Внешние источники (привлеченный и заемный капитал) | 1. Возможность привлечения средств в значительных масштабах.  2. Наличие независимого контроля за эффективностью использования инвестиционных ресурсов. | 1. Сложность и длительность процедуры привлечения средств.  2. Необходимость предоставления гарантий финансовой устойчивости.  3. Повышение риска неплатежеспособности и банкротства.  4. Уменьшение прибыли, так как необходимы выплаты по привлеченным и заемным источникам.  5. Возможность утраты собственности и управления предприятием. |

Мобилизация привлеченных и заемных средств осуществляется различными способами:

* привлечение капитала через рынок ценных бумаг;
* привлечение капитала через рынок кредитных ресурсов;
* государственное финансирование;
* лизинг;
* венчурное инвестирование;
* франчайзинг и т. д.

Реализация любого инвестиционного проекта предполагает:

* обоснование стратегии финансирования;
* анализ альтернативных методов и источников финансирования;
* разработку схемы финансирования, которая должна обеспечить:
* расчет достаточного объема инвестиций для реализации инвестиционного проекта в целом и по шагам расчетного периода;
* обоснование оптимальной структуры источников финансирования инвестиций;
* анализ возможностей снижения капитальных затрат и рисков инвестиционного проекта.

***3. Методы финансирования***

Метод финансирования инвестиционных проектов – это способ привлечения инвестиционных ресурсов для обеспечения финансовой реализуемости проекта.

Основными методами финансирования являются:

1. Самофинансирование.
2. Формы долевого финансирования.
3. Кредитное финансирование.
4. Лизинг.
5. Бюджетное финансирование.
6. Смешанное финансирование.

Рассмотрим их более подробно.

1. Самофинансирование – это осуществление инвестирования только за счет собственных средств, то есть уставного капитала, а также потока средств, формируемого в ходе деятельности предприятия, прежде всего чистой прибыли и амортизационных отчислений.

Это наиболее надежный метод финансирования, но он трудно прогнозируем в долгосрочном периоде и ограничен в объемах. Метод может использоваться для реализации небольших проектов или на первом этапе жизненного цикла предприятия, когда доступ к заемным источникам затруднен.

1. Формы долевого финансирования как метод финансирования используются обычно на начальном этапе реализации инвестиционного проекта. Долевое финансирование осуществляется в следующих формах:

* привлечение дополнительных средств (инвестиционных взносов, паев, вкладов) учредителей данного предприятия для реализации проекта;
* создание нового предприятия, предназначенного специально для реализации проекта.

Привлечение дополнительных средств реализации проектов осуществляется путем инвестиционных взносов, вкладов, паев учредителей в уставный капитал.

Создание нового предприятия для реализации проекта, как правило, принимается частными предпринимателями, нуждающимися в привлечении партнерского капитала. Финансирование здесь обеспечивается внесением взносов сторонних соучредителей в форме уставного капитала нового предприятия, выделения и учреждения материнской компанией специализированных проектных компаний (чаще дочерних фирм).

Одной из форм финансирования инвестиционных проектов путем создания нового предприятия является венчурное финансирование.

Венчурный капитал означает рисковый капитал, инвестируемый в новые сферы деятельности, связанные с большим риском.

Венчурный капитал может поступать из различных источников:

* деньги крупных компаний;
* государства;
* специализированных фондов или банков.

Задача венчурного инвестора – вложить деньги в перспективный бизнес (чаще малый или средний) и получить сверхприбыль, продав свою долю в компании. Здесь главное – правильно выбрать объект, поэтому главный акцент инвестор делает не на новшество или изобретение, а на грамотный бизнес-план и способность его реализации. После подписания договора начинается процесс инвестирования.

Инвестиции могут быть предоставлены в виде покупки доли компании, предоставления займа и т. д. Венчурный инвестор имеет определенный контроль над компанией и может влиять на ее деятельность.

Обычно срок венчурного финансирования составляет 3-5 лет, затем венчурный инвестор выходит из бизнеса, продав свою долю основному собственнику или третьей стороне. Привлекательность вложений капитала в венчурные предприятия в следующем:

* приобретении пакета акций компании с высокой рентабельностью;
* обеспечении значительного прироста капитала (от 15 до 80% годовых;)
* наличии налоговых льгот.

1. Кредитное финансирование. В экономике функционируют два основных вида кредита: коммерческий и банковский. Коммерческий кредит предоставляется предприятиями при продаже товаров на условиях рассрочки платежа. Одним из инструментов такого кредита может являться вексель. Банковский кредит – это кредит, предоставляемый банками в виде денежных ссуд.

Классификация банковских кредитов для юридических лиц:

1) по срокам погашения:

* краткосрочные ссуды предоставляются на восполнение временного недостатка собственных оборотных средств заемщика на срок до года, обслуживают сферу обращения;
* среднесрочные ссуды, предоставляются на срок от одного года до трех лет на цели производства и коммерческого характера;
* долгосрочные ссуды используются в инвестиционных целях. Применяются при кредитовании реконструкции, технического перевооружения, новом строительстве на предприятиях всех сфер деятельности. Средний срок погашения – от 3 до 5 лет;

2) по способам погашения:

* ссуды, погашаемые единовременным взносом со стороны заемщика;
* ссуды, погашаемые в рассрочку в течение всего срока действия кредитного договора;

3) по способам взимания ссудного процента:

* процент выплачивается в момент общего погашения;
* процент выплачивается равномерными взносами заемщика в течение всего срока действия кредитного договора;
* процент удерживается банком в момент непосредственной выдачи заемщику ссуды;

4) по способам предоставления кредита:

* компенсационные кредиты, направляемые на расчетный счет заемщика для компенсации последнему его собственных затрат, в т. ч. авансового характера;
* платные кредиты. В этом случае кредиты поступают непосредственно на оплату расчетно-денежных документов, предъявленных заемщику для погашения;

5) по методам кредитования:

* разовые кредиты, предоставляемые в срок и на сумму, предусмотренные в договоре;
* кредитная линия – это юридически оформленное обязательство банка перед заемщиком предоставить ему в течение определенного периода времени кредиты в пределах согласованного лимита;
* овердрафт – это краткосрочный кредит, который предоставляется путем списания средств по счету клиента, сверх остатка средств на счете. В результате этого на счете клиента образуется дебетовое сальдо. Овердрафт – это отрицательный баланс на текущем счете клиента.

6) по видам процентных ставок:

* кредиты с фиксированной процентной ставкой, которая устанавливается на весь период кредитования и не подлежит пересмотру. Применяются при краткосрочном кредитовании;
* плавающие процентные ставки – это ставки, которые постоянно изменяются в зависимости от ситуации, складывающейся на кредитном и финансовом рынке;
* ступенчатые. Эти процентные ставки периодически пересматриваются, используются в период сильной инфляции;

7) по числу кредитов:

* кредиты, предоставленные одним банком;
* синдицированные кредиты, предоставленные двумя или более кредиторами, объединившимися в синдикат, одному заемщику;
* параллельные кредиты. В этом случае каждый банк проводит переговоры с клиентом отдельно, а затем, после согласования с заемщиком условий сделки, заключается общий договор;

8) наличие обеспечения:

* доверительные ссуды, единственной формой обеспечения возврата которых является кредитный договор;
* контокоррентный кредит выдается при использовании контокоррентного счета, который открывается клиентам, с которыми банк имеет длительные доверительные отношения, предприятиям с высокой кредитной репутацией;
* договор залога;
* договор поручительства;
* гарантия, которую может предоставить любое юридическое лицо, устойчивое в финансовом плане;
* страхование кредитных рисков;

9) целевое назначение кредита:

* ссуды общего характера, используемые заемщиком по своему усмотрению для удовлетворения любых потребностей в финансовых ресурсах;
* целевые ссуды, предполагающие необходимость для заемщика использовать выделенные банком ресурсы исключительно для решения задач, определенных условиями кредитного договора (например, расчет за приобретаемые товары, выплата заработной платы персоналу, капитальное развитие и т. п.);

10) категории потенциальных заемщиков:

* аграрные ссуды – характерной их особенностью является четко выраженный сезонный характер, обусловленный спецификой сельскохозяйственного производства. В настоящее время в России эти кредитные операции осуществляются в основном по линии государственных кредитов;
* коммерческие ссуды, предоставляемые субъектам хозяйствования, функционирующим в сфере торговли и услуг. Составляют основной объем кредитных операций российских банков;
* ссуды посредникам на фондовой бирже, предоставляемые банками брокерским, маклерским и дилерским фирмам, осуществляющим операции.

Особым способом финансирования является факторинг. Факторинг представляет собой сделку, при которой банк выкупает у клиента платежные требования, которые тот выставил своим плательщикам для оплаты. Выкуп платежных требований осуществляется с дисконтом.

*Например, если банк выкупает требования на сумму 20 млн. руб. с дисконтом, например, 10%, то клиент получит за них только 18 млн. руб. Возврат банку денежных средств осуществляется в размере 20 млн. руб. (вся сумма выкупленных требований).*

Срок, на который выкупаются требования, не превышает 2-3 месяцев. Для более длительного использования можно заключить генеральный договор факторинга, в рамках которого осуществлять выкуп конкретных платежных требований с периодичностью 2-3 месяца. При выкупе платежных требований клиента банк перечисляет средства с факторингового счета клиента на его расчетный счет (что удобнее краткосрочного кредитования). Погашение этих обязательств зависит от вида факторинга. При закрытом факторинге клиент по прошествии оговоренного срока должен погасить задолженность по факторингу с расчетного счета на факторинговый. При открытом факторинге плательщики выкупленных требований (т.е. дебиторы) уведомляются о заключении договора открытого факторинга, и им сообщаются новые реквизиты (тот счет, с которого были отправлены деньги клиенту), по которым нужно оплачивать платежные требования. Таким образом, банк перечисляет деньги клиенту, а должник клиента оплачивает платежное требование банку.

Плата за пользование факторингом устанавливается только в виде дисконта. Это означает, что вознаграждение банка определяется в момент предоставления факторинга и не зависит от сроков погашения.

*В приведенном примере банк получит доход в размере 2 млн. руб. (20 млн. руб. – 18 млн. руб.) независимо от того, погасит ли клиент свою задолженность через 2 дня или через 2 месяца.*

Согласно действующему законодательству залог при проведении факторинга не требуется.

Вексельное кредитованиевозможно в двух вариантах: продажа векселя с отсрочкой оплаты и вексельный заем. В первом случае банк продает клиенту вексель (собственной эмиссии или приобретенный) с отсрочкой его оплаты на определенный срок. Во втором случае клиенту передается вексель (по договору займа), который клиент должен вернуть банку через установленный срок или передать банку равноценный (по договору отступного) в тот же срок.

Преимущества вексельной схемы:

* плата за отсрочку может быть ниже ставки по кредиту, так как не требуется движение денежных средств;
* при вексельном кредитовании можно избежать целого ряда ограничений, предусмотренных при кредитовании, например расчета материального обеспечения кредита по балансу клиента.

Основные виды краткосрочного кредитования:

* кредиты на пополнение оборотных средств;
* кредиты на торгово-закупочную деятельность;
* кредиты на реализацию действующих контрактов и/или договоров.

Основные условия краткосрочного кредитования (срок, валюта кредита, процентная ставка) представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Основные условия краткосрочного кредитования

|  |  |
| --- | --- |
| Срок кредитования | не более 12 месяцев (как правило, 3-6 месяцев) |
| Валюта кредита | в рублях и в иностранной валюте |
| Процентная ставка | 16-25% годовых, в рублях  12-16% годовых, в долларах США |

Процентная ставка по кредиту устанавливается с учетом финансового положения заемщика, степени ликвидности обеспечения кредита, объемов и стабильности оборотов по счетам клиента, открытым в банке, кредитной истории и других условий.

Многие банки предлагают клиентам воспользоваться самыми разнообразными программами, рассчитанными на ведение бизнеса, например, инвестиционный кредит. Такой кредит можно оформить в банке под конкретный проект. Именно на его реализацию, а также развитие будут направлены все кредитные средства, взятые в банке.

Воспользоваться инвестиционным кредитом могут индивидуальные предприниматели и юридические лица, соответствующие требованиям российских банков. Главная проблема, которая серьезно тормозит развитие инвестиционного кредитования, это нехватка ресурсов, поскольку такие кредиты – «длинные деньги», которые возвращаются кредитору лишь через продолжительный срок.

Кредит может быть предоставлен в рублях или в иностранной валюте на срок до 7 лет под различные формы обеспечения. При финансировании проектов с государственной поддержкой срок может быть увеличен до 10 лет.

Однако стоит заметить, что коммерческие банки зачастую не могут тянуть такие кредиты без помощи государства. Так что основная масса средств, предназначенных для инвестиционного кредитования, выделяется государством по линии Российского банка развития и Внешэкономбанка.

Инвестиционное кредитованиеосуществляется в виде разового кредита или путем открытия кредитной линии как в рамках лимитов, устанавливаемых на предприятии, так и на основе рассмотрения отдельных инвестиционных проектов. Чтобы участвовать в программе инвестиционного кредитования, заемщик должен предоставить в банк бизнес-план, а также подтвердить материальное благосостояние. Присутствует главное условия при оформлении инвестиционного кредита – у заемщика должен действовать устойчивый бизнес. Залоговое обеспечение – все имеющиеся активы и дорогостоящее имущество: недвижимость, товары, автомобили и т. д. Также в подтверждение состоятельности проекта заемщик должен предоставить технико-экономические расчеты и показатели по финансовым отчетам за последние два года. Предполагается, что кредит обеспечивается прибылью в дальнейшем.

Кредит может предоставляться на приобретение недвижимости, покупку оборудования или участка земли, выполнение строительных работ, приобретение акций и другое.

При оценке платежеспособности заемщика и успешности его проекта в будущем, рассматриваются следующие позиции:

* целесообразность финансового плана,
* наличие гарантированных источников сырья для продукции и их стабильная стоимость;
* наличие топлива для реализации проекта по приемлемой цене;
* рынок сбыта для будущего товара;
* наличие опытного персонала;
* технология проекта;
* наличие контрактов с поставщиками или смежниками;
* наличие лицензии на проведение деятельности;
* страхование возможных рисков;
* наличие дополнительного обеспечения проекта;
* расчет осложнений при инфляции и повышении кредитной ставки.

Успешность инвестиционного кредитования для заемщика основывается на соблюдении нескольких условий: реалистичности проекта, практичных деловых качествах партнеров, распределении риска между партнерами, правовой подоплеке, построении точного плана действий, наличии скрупулезного бизнес-плана.

Инвестиционное кредитование отличается от других форм кредита тем, что погашение обеспечивается произведенной продукцией, риски распределяются между многими участниками инвестирования, используется одновременно несколько источников заемных средств, заемные средства оформляются на имя специальной компании, стоимость кредитования довольно высокая.

Если у вас есть долгосрочный проект, для его реализации самым оптимальным вариантом будет воспользоваться инвестиционным кредитом. Данный вид кредитования обладает одним из основных преимуществ, которое заключается в привлечении в качестве залогового обеспечения не только планируемых доходов, но и всей хозяйственной деятельности заемщика. Также во многих банках страны предлагаются условия кредита, предполагающие отсрочку выплат по кредиту, а также оформление приобретаемого за счет кредитных средств имущества в качестве залогового обеспечения.

Однако у инвестиционного кредитования присутствуют и некоторые недостатки. К ним можно отнести обязательную передачу всех внеоборотных активов, принадлежащих заемщику, банку до тех пор, пока проектируемый объект не будет введен в эксплуатацию.

Ипотечное кредитование как способ долгосрочного финансирования. Недвижимость – это высококлассный товар, связывающий огромные финансовые ресурсы участников рыночных отношений. Ипотечное кредитование – предоставление кредитов на приобретение и строительство (реконструкцию) объектов недвижимости – является формой кредитных отношений, выполняющей важные экономические и социальные функции и предполагающей взаимодействие многих рыночных субъектов. Самые крупные направления кредитования под недвижимость – ссуды на покупку и строительство жилья, на освоение земельных участков, под нежилые строения коммерческого и промышленного назначения.

С юридической точки зрения под ипотечной системой понимается:

* + законодательство, регулирующее оборот недвижимого имущества;
  + организации, обслуживающие и регистрирующие этот оборот.

Субъекты ипотечной системы: ипотечные банки, ссудно-сберегательные учреждения, регистрационные органы государственной власти, риелторские компании, страховые компании, строительные фирмы, инвесторы.

Становление ипотечного бизнеса позитивно сказывается на развитии реального сектора экономики (строительства, модернизации производства и др.), помогает преодолеть социальную нестабильность (снизить безработицу, увеличить мобильность трудовых ресурсов, удовлетворить потребности населения в жилье), вносит большой вклад в повышение стабильности и эффективности банковской и в целом кредитной системы страны.

Преимущества кредитора:

* низкий риск при кредитовании, поскольку ипотечные кредиты обеспечены надежным и ликвидным активом – недвижимостью;
* долгосрочный характер кредитов создает удобства для кредитора с точки зрения финансового планирования;
* при наличии развитой системы финансирования недвижимости ипотечные кредиты и закладные можно продавать на вторичном рынке;
* возможно получение налоговых и иных льгот от государства;
* за счет выпуска ипотечных ценных бумаг привлекаются дополнительные финансовые ресурсы.

Преимущества для заемщика (инвестора):

* возможность приобрести объект недвижимости, стоимость которого превышает размер собственных средств, в рассрочку, оплачивая при этом долг кредитору из доходов от этого же объекта;
* возможность разместить ограниченные собственные средства в нескольких проектах со смешанным финансированием, что позволяет повысить степень диверсификации инвестиционного портфеля;
* возможность использовать эффект финансового левериджа (рычага) для получения более высокой ставки дохода на собственный капитал;
* увеличение стоимости собственного капитала на конец инвестиционного периода на величину погашенного долга, реализуемое при перепродаже объекта недвижимости;
* благоприятный прогноз для инвестиций, так как операции с недвижимостью имеют перспективную ценность, то есть дают большую отдачу со временем;
* вложения в недвижимость – устойчивое средство против инфляции.

Для финансирования проектов могут использоваться:

* стандартная ипотечная ссуда – погашение долга и выплата процентов осуществляются равными долями;
* ипотечные ссуды, предусматривающие неравномерные процентные платежи, например, когда на начальном этапе взносы увеличиваются с определенными постоянными темпами, а далее выплачиваются постоянными суммами;
* ипотечные ссуды с изменяющейся суммой выплат, когда в льготный период выплачиваются только проценты и основная сумма долга не увеличивается;
* ипотечные ссуды с залоговым счетом, когда открывается специальный счет, куда заемщик вносит определенную сумму как гарантию выплат взносов на начальном этапе проекта.

1. Лизинг (от анг. аренда) – считается американским изобретением, привезенным в Европу в начале 1960-х гг. Первое общество, для которого лизинговые операции стали основой его деятельности, было создано только в 1952 г. в Сан-Франциско американской компанией United States Leasing Corporation. Опыт лизинговой деятельности в СССР появился только во время Второй мировой войны, когда США поставляло в СССР оружие, продовольствие, автомобильную технику, медикаменты и т. д. Именно тогда советские граждане впервые встретились с понятием лизинга (lend-lease). Однако сразу после войны слово «лизинг» исчезло из русского лексикона больше чем на четыре десятилетия.

Лизинг *–* это форма кредитования инвестиционных проектов в форме имущественных отношений, возникающих при передаче объекта лизинга во временное пользование на основе его приобретения и сдачу в долгосрочную аренду.Это вид инвестиционной деятельности, при которой арендодатель (лизингодатель) по договору финансовой аренды (лизинга) обязуется приобрести в собственность имущество у определенного продавца и предоставить его арендатору (лизингополучателю) за плату во временное пользование.

Отличительные особенности лизинга от традиционной аренды:

* объект сделки выбирается лизингополучателем, а не лизингодателем, который получает оборудование за свой счет;
* срок лизинга, как правило, меньше срока физического износа оборудования;
* по окончании контракта лизингополучатель может продолжить аренду по льготной ставке или приобрести имущество по остаточной стоимости;
* в роли лизингодателя обычно выступает кредитно-финансовый институт – лизинговая компания – банк;
* предмет лизинга должен создавать добавленную стоимость, т. е. быть средством производства, с помощью которого предприниматель производит продукты (услуги) и генерирует доходы.

По экономической сущности лизинговая операция – это кредитная операция, так как передача имущества в собственность происходит на условиях срочности, платности и возвратности. Кроме того, лизинг является инвестицией капитала, так как предполагает вложение средств в материальное имущество.

Различают финансовый и оперативный лизинги.

Финансовый лизинг –соглашение между партнерами, предусматривающее в течение его действия выплату лизинговых платежей, покрывающих полную стоимость (или большую ее часть) амортизации оборудования, дополнительные издержки и прибыль лизингополучателя.

Основные особенности финансового лизинга:

* участие, кроме лизингодателя и лизингополучателя, третьей стороны (производителя или поставщика);
* невозможность расторжения договора в течение основного срока аренды, то есть времени, необходимого для возмещения расходов арендодателя;
* продолжительный период лизингового соглашения (обычно близкий к сроку службы объекта сделки).

По завершении лизингового соглашения лизингополучатель может:

* купить объект сделки по остаточной стоимости (а не по рыночной);
* заключить новый договор на меньший срок и по льготной цене;
* вернуть объект сделки лизинговой компании.

Оперативный лизинг *–* соглашение, срок которого короче амортизационного периода изделия, то есть расходы лизингодателя, связанные с приобретением и содержанием сдаваемых в аренду предметов, не покрываются арендными платежами в течение одного лизингового контракта. При таком соглашении риск порчи и утраты объекта лежит на лизингодателе.

Ставки лизинговых платежей обычно выше, чем при финансовом лизинге, из-за отсутствия гарантий окупаемости затрат.

По окончании срока действия этого соглашения лизингополучатель может предмет договора:

* продать на более выгодных условиях;
* вернуть лизингодателю;
* купить оборудование у лизингодателя при наличии соглашения на покупку по рыночной стоимости.

Лизинговая операция как экономическая форма деятельности несет в себе элементы кредита, аренды и инвестиций. Считается, что по сравнению с другими формами финансирования лизинг имеет ряд преимуществ.

Преимущества лизинга для арендаторов:

* + лизинг предполагает 100-процентное финансирование и не требует быстрого возврата всей суммы долга;
  + аренда обеспечивает финансирование арендатора в точном соответствии с потребностями в активах;
  + вопросы приобретения и финансирования активов решаются одновременно;
  + лизинг повышает гибкость арендатора в принятии решений. В то время как при покупке существует только альтернатива «не покупать», при лизинге арендатор имеет более широкий выбор;
  + ввиду того что частью обеспечения возвратности инвестированных средств считается предмет лизинга, являющийся собственностью лизингодателя, проще получить контракт по лизингу, чем альтернативную ему ссуду на приобретение тех же активов;
  + арендатор может использовать больше производственных мощностей, чем при покупке того же актива;
  + государственная политика направлена на поощрение и расширение лизинговых операций;
  + в случае низкой доходности арендатор может воспользоваться возвратным лизингом, дающим возможность льготного налогообложения прибыли;
  + лизинг позволяет арендатору, не имеющему значительных финансовых ресурсов, запустить крупный проект.

Помимо перечисленного, арендатор имеет ряд преимуществ в учете арендуемого имущества:

* + лизинговые платежи учитываются в себестоимости, то есть средства на их уплату формируются до образования облагаемой налогом прибыли;
  + лизинг не увеличивает долг в балансе арендатора и не затрагивает соотношение собственных и заемных средств, то есть возможность лизингополучателя по получению дополнительных займов не снижается;
  + учет и амортизация лизингового имущества производятся на балансе лизингодателя. Срок лизинга, как правило, соответствует периоду амортизации предмета лизинга, но срок лизингового контракта обычно бывает меньше. Чем больше срок лизинга и, соответственно, ниже остаточная стоимость имущества, тем свободнее условия эксплуатации имущества и дальнейшего его использования.

Преимущества лизинга для лизинговых компаний:

* + право собственности на передаваемое в лизинг имущество дает существенные налоговые льготы. Компании с высоким уровнем облагаемой налогом прибыли не забирают часть налоговых льгот у арендаторов с льготным режимом налогообложения прибыли за счет более низкой ставки арендной платы, чем проценты по кредиту на приобретение того же имущества;
  + поскольку передаваемое в лизинг имущество остается в собственности лизингодателя, он может использовать это имущество в непроизводственных целях (например, в качестве дополнительного обеспечения возвратности кредитных средств);
  + высокая ликвидационная стоимость после ускоренной амортизации предмета лизинга. Возврат ее части после реализации предмета лизинга может принести достаточно большую прибыль;
  + помощь со стороны лизингодателя в продаже предмета лизинга. В соответствии с такими соглашениями продавец от лица лизингодателя предлагает клиентам финансирование поставок своей продукции с помощью лизинга;
  + инвестиции в форме имущества в отличие от денежного кредита снижают риск невозврата средств, так как лизингодатель сохраняет право собственности на переданное в лизинг имущество;
  + основная роль при подготовке и проведении лизинговой операции остается за лизингодателем. Стоимость этих услуг занимает немалую долю комиссионного вознаграждения лизингодателя;
  + лизингодатель имеет возможность изыскивать дополнительные финансовые ресурсы для продолжения и расширения деятельности, закладывая сданное в лизинг имущество или уступая право требования лизинговых платежей;
  + лизинг направляет финансовые ресурсы непосредственно на приобретение материальных активов, устраняя проблему нецелевого использования кредитных средств;
  + инвестиции в производственное оборудование посредством лизинга гарантируют генерирование дохода, покрывающего обязательства по лизингу.

Преимущества лизинга для продавца лизингового имущества:

* + продавец получает дополнительные возможности сбыта своей продукции;
  + сделка для продавца выглядит менее рисковой, так как лизингодатель берет на себя риск возврата стоимости имущества через лизинговые платежи.

Для банков, участвующих в лизинговых операциях возможны следующие преимущества;

* + ощутимые налоговые преимущества, которые позволяют значительно снизить стоимость сделки. Именно этот фактор способствовал развитию лизинга в западных странах. Более низкая стоимость сделки дает возможность повысить вероятность осуществления проектов, снижает бремя долгов для заемщиков и, в результате, повышает качество предоставляемых займов;
  + передача в лизинг оборудования, произведенного за рубежом, позволяет привлечь более дешевые денежные средства от иностранных финансовых учреждений или денежные фонды государств, заинтересованных в экспорте продукции своей промышленности в Россию;
  + лизинг – относительно новый вид финансирования для нашей страны, помогающий предприятиям (клиентам банка) осуществлять реорганизацию производства, не отвлекая при этом большие денежные ресурсы из оборотных средств;
  + у банка появляется возможность достичь более высокой степени ликвидности кредитного портфеля.

Преимущества лизинга для страны арендатора;

* + лизинг увеличивает конкуренцию между источниками финансирования;
  + лизинг повышает общий уровень капиталовложений;
  + сумма лизинговых сделок не учитывается в подсчете национальной задолженности, то есть появляется возможность превысить лимиты кредиторской задолженности, установленные МВФ по отдельным странам.

Однако, кроме плюсов, лизинг имеет значительные минусы, проявляющиеся в финансово-кредитной сфере и бухгалтерских проблемах. От долгосрочного кредита лизинг отличается повышенной сложностью организации, которая заключается в большем количестве участников.

Что можно сделать с помощью лизинга:

* + приобрести основное средство или произвести модернизацию парка основных средств наиболее эффективным способом;
  + сэкономить на налогах;
  + относительно быстро амортизировать имеющееся оборудование, особенно то, которое в силу своей специфики долго имеет балансовую стоимость на уровне первоначальной;
  + пополнить оборотные средства без трансформации баланса в сторону ухудшения и дополнительно получить экономию на налогах, при этом в ваших пассивах не появится кредиторская задолженность (ни перед банком, ни перед лизинговой компанией);
  + списать стоимость легкового автомобиля в течение трех лет (используя ускоренную амортизацию), что позволяет реализовать его по минимальной цене еще в период эффективной эксплуатации;
  + сэкономить собственный оборотный капитал. Привлечение заемных ресурсов может быть выгодно для предприятия, если годовая норма прибыли собственного оборотного капитала выше стоимости привлеченного. А с помощью лизинговой схемы можно уменьшить стоимость и самого заемного ресурса;
  + уменьшить количество не используемого и не установленного оборудования (списав его стоимость с применением ускоренной амортизации и продав по реальной цене).

1. Бюджетное финансирование – это финансирование в рамках целевых программ и финансовой поддержки инвестиционных проектов.

Источники бюджетного финансирования – это средства федерального, регионального или муниципального бюджетов.

Бюджетные средства выделяются на финансирование инвестиционных проектов, прошедших конкурсный отбор, независимо от форм собственности инвестора.

Основные требования к инвестиционным проектам, имеющим бюджетное финансирование:

* право на участие в конкурсе имеют инвестиционные проекты, связанные с развитием «точек роста» экономики;
* срок окупаемости инвестиционных проектов не должен превышать двух лет;
* инвестиционные проекты, предоставляемые на конкурс, должны иметь бизнес-план и заключение Государственной экологической экспертизы, Государственной ведомственной и независимой экспертизы;
* для коммерческих проектов, конкурс по которым проводится по предложению частных инвесторов, доля собственных средств, формируемых за счет прибыли, амортизации и продажи акций, должна составлять не менее 20% капитальных вложений в реализацию проекта;
* коэффициент абсолютной ликвидности устанавливается не менее 0,33.

Инвестор может выбрать следующие формы финансовой поддержки государства:

* бюджетный кредит – предоставление средств федерального бюджета на возвратной и платной основе со сроком возврата в течение двух лет, с уплатой процентов в размере, установленном от действующей учетной ставки ЦБ;
* предоставление государственных гарантий по возмещению части вложенных инвестором финансовых ресурсов в случае невыполнения проекта не по вине инвестора.

Таким образом, финансирование предпринимательских организаций – это совокупность форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства.

Финансирование – процесс образования денежных средств или в более широком плане – процесс образования капитала фирмы во всех его формах.

При выборе источников финансирования деятельности предприятия необходимо решить пять основных задач:

– определить потребность в кратко- и долгосрочном капитале;

– выявить возможные изменения в составе активов и капитала в целях определения и оптимального состава и структуры;

– обеспечить постоянную платежеспособность и, следовательно, финансовую устойчивость;

– с максимальной прибылью использовать собственные и заемные средства;

– снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности.

Внутреннее финансирование предполагает использование собственных средств и прежде всего чистой прибыли и амортизационных отчислений.

Внешнее финансирование предусматривает использование средств государства, финансово-кредитных организаций, нефинансовых компаний и граждан. Кроме того, оно предполагает использование денежных ресурсов учредителей предприятия. Такое привлечение необходимых финансовых ресурсов часто бывает наиболее предпочтительным, так как обеспечивает финансовую независимость предприятия и облегчает в дальнейшем условия получения банковских кредитов.

При финансировании деятельности за счет собственных средств повышается финансовая устойчивость фирмы, минимизируются расходы по внешнему финансированию, упрощается процесс принятия управленческих решений по развитию предприятия.

В современных условиях производственно-хозяйственная деятельность невозможна без использования заемных средств. Привлечение заемных средств позволяет фирме ускорять оборачиваемость оборотных средств, увеличивать объемы совершаемых хозяйственных операций, сокращать объемы незавершенного производства. Однако использование данного источника приводит к возникновению определенных проблем, связанных с необходимостью последующего обслуживания принятых на себя долговых обязательств.

Выбор способов и источников финансирования предприятия зависит от многих факторов: опыта работы предприятия на рынке, его текущего финансового состояния и тенденций развития, доступности тех или иных источников финансирования, способности предприятия подготовить все требуемые документы и представить проект финансирующей стороне, а также от условий финансирования (стоимости привлекаемого капитала). Однако необходимо отметить главное: предприятие может найти капитал только на тех условиях, на которых в данное время реально осуществляются операции по финансированию аналогичных предприятий, и только из тех источников, которые заинтересованы в инвестициях на соответствующем рынке (в стране, отрасли, регионе). При этом следует оценить как существующие условия финансирования, так и вероятность успешного привлечения капитала из предполагаемого источника.

***Глоссарий***

**Амортизация** – постепенное перенесение стоимости основных фондов на производимые с их помощью продукты или услуги; целевое накопление средств и их последующее применение для возмещения изношенных основных фондов.

**Банковский кредит** – кредит, выдаваемый в виде денежных ссуд хозяйственным субъектам и другим заемщикам.

**Вексель** – вид ценной бумаги, письменное долговое обязательство установленной формы, наделяющее его владельца (векселедержателя) безоговорочным правом требовать с векселедателя безусловной уплаты указанной суммы денег к определенному сроку. Различают простой и переводный (тратта) векселя. Простой вексель выписывает должник, а переводный, применяемый при кредитовании внешней торговли, – кредитор.

**Венчурное финансирование** – обеспечение финансовыми ресурсами инновационной деятельности, финансирование научно-технических исследований.

**Гарантийное обязательство, или поручение,** – форма обеспечения банковской ссуды.

**Дебиторская задолженность** – счета к получению суммы, причитающейся предприятию от покупателей за товары и услуги, проданные в кредит.

**Диверсификация** – стратегическая ориентация на создание многопрофильного производства или портфеля ценных бумаг.

**Долгосрочные финансовые вложения** – финансовые вложения, рассчитанные на длительный период времени, в уставные капиталы предприятий и коммерческих организаций, долгосрочные займы.

**Инвестиции** – долгосрочные вложения средств в целях создания новых и модернизацию действующих предприятий, освоения новейших технологий и техники, увеличения производства, получения прибыли.

**Инвестиционный налоговый кредит** – отсрочка налогового платежа, предоставляемая в целях стимулирования инвестиционной активности и обновления основных средств предприятиям на основании кредитного соглашения с налоговыми органами.

**Инвестор** – частный предприниматель, организация или государство, осуществляющие долгосрочное вложение капитала в какое-либо дело, предприятие в целях получения прибыли.

**Ипотека** – сдача недвижимости, земли в залог для получения кредитной ссуды под закладную.

**Капитальные вложения** – затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленные на восстановление и прирост основных фондов.

**Коммерческий банк** – кредитная организация, имеющая лицензию на осуществление банковских операций в целях извлечения прибыли.

**Коммерческий кредит** – товарная форма кредита, возникающая при отсрочке платежа, долговое обязательство, оформленное векселем.

**Краткосрочные финансовые вложения** – финансовые вложения, рассчитанные на короткий период, высоколиквидные ценные бумаги, в том числе краткосрочные казначейские обязательства государства, облигации, акции, временная финансовая помощь другим предприятиям, депозитные сертификаты, полученные краткосрочные векселя.

**Кредит** – движение ссудного капитала, осуществляемое на началах обеспеченности, срочности, возвратности и платности. Выполняет функции перераспределения средств между хозяйственными субъектами, содействует экономии издержек обращения, ускоряет концентрацию и централизацию капитала и стимулирует научно-технический прогресс.

**Кредитование** – одна из форм финансового обеспечения воспроизводственных затрат, при которой расходы субъекта хозяйствования покрываются за счет банковских ссуд, предоставляемых на началах платности, срочности, возвратности.

**Кредиторская задолженность** – задолженность, возникающая при расчетах с поставщиками; временное использование в денежном обороте предприятия средств кредитора.

**Ликвидность предприятия** – способность субъекта хозяйствования в любой момент совершать необходимые расходы.

**Лимит кредитования** – предельная сумма выдачи кредита или остатков задолженности в плановом периоде.

**Налоговый кредит** – одна из налоговых льгот, состоящая в отсрочке взимания налога.

**Обеспеченность кредита** – виды и формы гарантированных обязательств заемщика перед кредитором (банком) по возмещению суммы заемных средств (кредита) в случаях их возможного невозврата заемщиком.

**Облигации** – ценные бумаги, приносящие доход в форме процента. Выпускаются государственными органами для покрытия бюджетного дефицита и акционерными обществами в целях мобилизации капитала. В отличие от акций на облигациях указан срок их погашения.

**Окупаемость капитальных вложений** – показатель эффективности капитальных вложений, определяемых как отношение капитальных вложений к экономическому эффекту, получаемому от их использования в процессе производства.

**Переводный вексель (тратта)** – письменное распоряжение одного лица (векселедателя) другому лицу (плательщику) о выплате по требованию или на определенную дату указанной в векселе суммы денег третьему лицу (бенефициару) или предъявителю данного векселя.

**Платежеспособность предприятия** – это свойство субъекта хозяйствования своевременно и полно выполнять свои платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и иных операций денежного характера.

**Портфель ценных бумаг** – вложения в ценные бумаги разного вида, разного срока действия и разной ликвидности, управляемые как единое целое.

**Прибыль** – конечный финансовый результат деятельности предприятия. Определяется как разность между выручкой и затратами.

**Простой вексель** – безусловное денежное обязательство установленной законом формы, выдаваемое банком (векселедателем) физическому или юридическому лицу (векселедержателю), предоставляющее последнему право требовать с заемщика уплаты к определенному сроку суммы денег, указанной в векселе.

**Рентабельность** – один из основных стоимостных показателей эффективности производства. Он характеризует уровень отдачи затрат, вложенных в процесс производства и реализации продукции, работы и услуг.

**Самофинансирование** – один из методов финансового обеспечения воспроизводственных затрат, основанный на использовании субъектами хозяйствования собственных финансовых ресурсов.

**Учетная ставка** – норма процента, взимаемая Центральным банком при предоставлении ссуд коммерческим банкам.

**Факторинг** – разновидность торгово-комиссионных операций, сочетающихся с кредитованием оборотного капитала клиента.

**Финансовый лизинг** – характеризуется длительным сроком контракта (от 5 до 10 лет) и амортизацией всей или большей части стоимости оборудования. Фактически представляет собой форму долгосрочного кредитования.

**Финансовый рынок** – рынок, на котором обращаются капиталы и кредиты. Финансовый рынок подразделяется на рынок краткосрочного капитала и рынок долгосрочного ссудного капитала.

***Источники***

1. О финансовой аренде (лизинге): Федеральный закон от 29.10.1998 г. № 164-ФЗ (ред. от 28.06.2013 г.). – СПС «Консультант плюс».
2. О переводном и простом векселе: Федеральный закон от 11.03.1997 г. № 48-ФЗ. – СПС «Консультант плюс».
3. Об ипотеке (залоге недвижимости): Федеральный закон от 16.07.1998 г. № 102-ФЗ (ред. от 21.07.2014). – СПС «Консультант плюс».
4. Есипов, В., Маховикова, Г. Экономическая оценка инвестиций: учебник / В. Есипов, Г. Маховикова. – СПб.: Вектор, 2006. – 288 с.
5. Лапуста, М.Г. Финансы организаций (предприятий): учебник / М.Г. Лапуста, Т.Ю. Мазурина, Л.Г. Скамай. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 575 с.
6. Тютюкина, Е.Б. Финансы организаций (предприятий): учебник / Е.Б. Тютюкина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – 544 с.
7. Хазанович, Э.С. Инвестиции: учебное пособие / Э.С. Хазанович. – М.: КНОРУС, 2011. – 320 с.

*Тема:* **Роль бизнес-плана в получении финансирования**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Целесообразность составления бизнес-плана, его назначение
2. Структура и стандарты бизнес-плана
3. Описание бизнеса и оценка рынка сбыта
4. План маркетинга
5. Производственный и организационный разделы бизнес-плана
6. Финансовый план
7. Риски и их оценка в бизнес-планировании
8. Заключительный этап разработки бизнес-плана

*Цель:*

Обоснование роли бизнес-плана в получении финансирования индивидуальным предпринимателем.

*Задачи:*

– рассмотреть целесообразность составления и назначение бизнес-плана;

– охарактеризовать типовую структуру бизнес-плана с учетом имеющихся стандартов и методик его составления;

– рассмотреть вопросы, необходимые к освещению при описании бизнес-идеи и характеристике рынка сбыта;

– описать основные вопросы маркетингового раздела бизнес-плана;

– рассмотреть структуру производственного и организационного разделов бизнес-плана;

– дать характеристику правилам составления финансового плана;

– обосновать возможные риски предпринимательской деятельности и способы их оценки в бизнес-планировании;

– рассмотреть заключительный этап разработки бизнес-плана.

*Компетенции:*

К6. Понимать выгоды и риски кредитования в зависимости от целей, жизненной ситуации и экономической ситуации в стране.

Ф3. Понимать необходимость планирования доходов и расходов при осуществлении предпринимательской деятельности.

Ф7. Понимать роль и место планирования в процессе управления финансовыми ресурсами и осуществления предпринимательской деятельности.

Ф8. Знать содержание типовых разделов бизнес-плана и способы получения соответствующей информации.

Ф9. Понимать разницу между долгосрочными, среднесрочными и краткосрочными финансовыми обязательствами и тем, как различается планирование и принятие решений в этих случаях.

И1. Понимать ценность денег и необходимость учета фактора времени при планировании финансовой деятельности и оценки эффективности инвестиций.

И12. Осознавать необходимость сбалансированного использования собственных и заемных средств для эффективной реализации предпринимательской деятельности.

Р1. Понимать, что такое страхование и как оно может защитить от рисков.

Д4. Понимать структуру расходов (в т. ч. обязательные и необязательные, непредвиденные и т. д.) и общие принципы управления ими.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала по темам «Развитие предпринимательского образа мышления» и «Программы поддержки предпринимателей».

Она дает возможность более глубоко освоить темы «Выбор источников финансирования предпринимательской деятельности», «Управление финансами и финансовый контроль».

***1. Целесообразность составления бизнес-плана, его назначение***

Любой предприниматель, начинающий или уже имеющий опыт работы, сталкивается с необходимостью привлечения дополнительных денежных средств для своего бизнеса. Прежде чем привлекать инвестиции, необходимо четкое понимание того, насколько они будут выгодны. Сегодня многие практикующие предприниматели пренебрегают необходимостью проведения соответствующих расчетов, полагаясь на собственную интуицию и везение. Однако, как показывает практика, непросчитанные проекты приводят к негативным последствиям.

*За мою предпринимательскую жизнь у меня было два не очень удачных бизнес-проекта: покупка типографского оборудования в кредит и инвестирование собственных средств в новое для себя направление по разработке программного обеспечения для карманных компьютеров.*

*В первом случае кредит был благополучно выплачен, но в результате я остался с никому (даже мне) не нужным оборудованием на стагнирующем газетном рынке. Во втором – ограничился денежными потерями примерно в 3 млн. рублей.*

*Случайно это или нет, но именно эти проекты я не просчитывал с точки зрения рентабельности. Мне просто хотелось их реализовать. После второго случая я сделал вывод: расчеты могут если не уберечь от потерь, то по крайней мере обеспечить осознанное движение к цели и предотвратить глобальные финансовые провалы.*

*Игорь, г. Дзержинск.*

Планирование возможных доходов, расходов и рисков при привлечении инвестиций осуществляется в процессе составления бизнес-плана.

Что такое бизнес-план? Простыми словами, бизнес-план – это документ, который:

* излагает ваши бизнес-планы;
* описывает, как эти планы могут быть достигнуты;
* обосновывает соответствие запланированных результатов требованиям читателя.

Бизнес-план должен содержать краткое и точное описание вашего проекта; это детальное изложение целей, условий, путей и эффективности его осуществления. В то же время его содержание должно быть привлекательным, т. к. вы создаете этот документ, чтобы привлечь денежные средства.

Для решения каких задач составляется бизнес-план?

* для поиска потенциального инвестора и привлечения внешних источников финансирования для реализации конкретного проекта;
* для получения кредитных ресурсов;
* для поиска партнера для совместного ведения бизнеса;
* для проверки реализуемости и экономической эффективности предпринимательских проектов;
* для четкого понимания содержания инвестиционных мероприятий, их целей, т. е. поиска наиболее рациональных и эффективных путей реализации поставленных целей;
* для всесторонней и объективней оценки эффективности планируемых инвестиций.

Бизнес-план следует рассматривать как сам процесс бизнес-планирования и внутрифирменного управления. Однако в некоторых случаях без составления бизнес-плана обойтись нельзя, а именно:

1. Вы хотите получить грант или государственную субсидию на развитие бизнеса. Здесь необходимы всесторонняя проработка и подробное изложение всех вопросов согласно тем требованиям, которые предъявляются.

2. Вы хотите привлечь инвестора, и для него, как правило, важна идея, под реализацию которой запрашиваются средства, и возможности получения прибыли.

Что должен показать бизнес-план инвестору? Каким образом деньги или иные ресурсы инвестора превратятся для него в еще большие деньги: инвестор должен увидеть прибыль не после, а до того, как истратит деньги на предлагаемый проект.

Идея   
предпринимателя

Деньги инвестора

Деньги   
предпринимателя

Деньги инвестора

Рисунок 1 – Что должен показать бизнес-план [10]

***2. Структура и стандарты бизнес-плана. Методики бизнес-планирования***

Бизнес-план – один из документов, необходимых для получения инвестиционных ресурсов. В некоторых случаях его наличие – простая формальность, в других – обязательное условия для получения заемных средств.

Как составить бизнес-план? Унифицированной формы бизнес-плана не существует. Его структура зависит от целей и масштабов бизнес-планирования, а также тех требований, которые предъявляет инвестор. Составление бизнес-плана не регламентируется какими-либо специально разработанными нормативными документами. Существуют лишь рекомендации по его содержанию и структуре.

Опираясь на существующие стандарты бизнес-планирования, можно выделить три группы методик:

– международные;

– государственные;

– корпоративные.

В международной практике и в России существует несколько стандартов бизнес-планирования (международные методики), которые разработаны различными международными организациями:

|  |  |
| --- | --- |
| ЮНИДО | международная организация, которая занимается выработкой стратегии экономического развития стран с переходной экономикой |
| КПМГ | международная сеть компаний, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги |
| ТАСИС | это программа, разработанная Европейским союзом для бывших республик Советского Союза в целях содействия развитию гармоничных и прочных экономических и политических связей между ЕС и этими странами отношений. Стандарты ТАСИС следует рассматривать как руководство к составлению бизнес-плана |
| ЕБРР | Европейский банк реконструкции и развития является инвестиционным механизмом, который был создан для поддержки рыночной экономики в странах Центральной Европы и Азии |

Несмотря на различия данных стандартов, все они имеют общее ядро:

* маркетинг-план;
* финансовый план;
* систему производства.

Они органично взаимосвязаны с организационным планом и стратегией инвестирования с просчетом прогнозируемых рисков. Именно эти основополагающие ключевые разделы и заложили фундамент стандартов формирования бизнес-планов.

На государственном уровне в России сегодня приняты следующие методики:

–форма бизнес-плана, утвержденная приказом Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации от 23 марта 2006 г. № 75 «Об утверждении форм бизнес-планов, представляемых для заключения (изменения) соглашений о ведении промышленно-производственной (технико-внедренческой) деятельности, критериев отбора банков и иных кредитных организаций для подготовки заключения на бизнес-планы, критериев оценки бизнес-планов, проводимых экспертным советом по технико-внедренческим особым экономическим зонам» [3];

– макет бизнес-плана, утвержденный Постановлением Правительства РФ от 22 ноября 1997 г. № 1470, приложением № 1 к Положению об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов Бюджета развития Российской Федерации [2].

Несмотря на отсутствие единой формы бизнес-плана, можно выделить перечень тех вопросов (разделов), наличие которых является обязательным(согласно Приказу Минэкономразвития России от 23 марта 2006 г. № 75). Они приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Типовая структура (основные разделы) бизнес-плана

|  |  |
| --- | --- |
| Разделы | Описание |
| 1. Титульный лист | Содержит название проекта, наименование компании-заявителя, сроки реализации и период расчета показателей проекта, контактную информацию |
| 1. Резюме | В сжатом виде представляет сущность, цели и задачи инвестиционного проекта, объем инвестиций, интегральные показатели коммерческой эффективности проекта |
| 1. Описание бизнеса (продукции или услуг) | Дается общая технико-экономическая и потребительская характеристика выпускаемой (планируемой к выпуску) продукции (товаров и услуг) |
| 1. Оценка рынка сбыта | Дается общая характеристика ситуации, складывающейся в отрасли (на целевом рынке), где будет реализовываться проект. Представляется анализ конкуренции и оценка конкурентных позиций |
| 1. План маркетинга | В развернутом виде представляется маркетинговая стратегия компании при реализации проекта, дается описание ценовой, сбытовой, продуктовой политики и политики продвижения продукции на рынок |
| 1. План производства | Дается подробная характеристика и требования к организации процесса производства, план производства, постоянные и переменные затраты, план по персоналу |
| 1. Организационный план | Включает характеристику организационной структуры компании, ее преобразования и возможностей, описание нормативно-правовой базы, организации управления реализацией проекта |
| 1. Финансовый план | Содержит финансовые и экономические расчеты и обоснования по проекту, включая стратегию финансирования, налоговые и иные выплаты, отчет о прибыли, план денежных поступлений и выплат |
| 1. Анализ и оценка рисков | Дается анализ возможных рисков при реализации проекта, представляются результаты анализа чувствительности и устойчивости проекта |
| 1. Приложения | Включают необходимые сопроводительные документы – описание и фото продукции, необходимую документацию (копии лицензий, сертификатов, разрешений, актов), проектно-сметную документацию и др. |

С учетом целей бизнес-планирования некоторые из перечисленных разделов могут быть объединены, другие, наоборот, представлены более детально.

Последовательность разработки бизнес-плана представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Этапы разработки бизнес-плана

В каждом банке или инвестиционном фонде для получения финансирования к бизнес-плану предъявляются свои специфические требования(корпоративные методики). Сегодня некоторые банки предоставляют также для своих клиентов дополнительные электронные сервисы по составлению бизнес-планов. Так, например, Сбербанк России предлагает такую услугу всем клиентам, подавшим заявку на получение кредита «Бизнес-Проект» [16].

*Если речь идет о кредитовании, то я бы не сказал, что для банка приоритетны показатели эффективности проекта, это удел инвесторов в капитал. А банкам важнее надежность заемщика, способность кредитуемого проекта обеспечить денежный поток для обслуживания и своевременного возврата долга, приемлемый уровень рисков проекта, а также ликвидность залога и способность поручителей рассчитаться по кредиту, если проект окажется неудачным.*

*Поэтому, на мой взгляд, основные разделы бизнес-плана – это маркетинг (я бы сказал, правильный маркетинг), финансовые расчеты, из которых четко видно, когда и в каком объеме необходимо финансирование, когда долг будет возвращен, а также описание рисков и способы управления ими.*

*Евгений Каневский, финансовый директор   
«МИЭЛЬ – загородная недвижимость».*

На уровне многих субъектов РФ также разработаны требования к форме представления бизнес-плана для получения грантов на развитие субъектов малого предпринимательства или субсидирования части затрат в рамках существующих программ поддержки малого бизнеса.

***3. Описание бизнеса и оценка рынка сбыта***

Любые самые впечатляющие цифры, которые вы представите в финансовой части бизнес-плана, не будут иметь никакого значения в глазах инвестора, если сама идея бизнеса будет выглядеть сомнительно.

Как правильно изложить свою бизнес-идею и доказать ее состоятельность в существующих рыночных условиях? Раздел плана, посвященный описанию бизнеса, должен быть изложен четко и лаконично. Здесь важно ответить на такие вопросы:

1. В чем суть вашей бизнес-идеи:

* открытие нового предприятия (какой товар планируется производить или какую услугу оказывать);
* модернизация уже существующего (в каком направлении и почему);
* диверсификация бизнеса и т. д.

1. В какой стадии находится проект:

* каков текущий статус вашей продукции, т. е. она находится на стадии исследований или разработки или уже хорошо известна на рынке;
* состояние переговоров с основными участниками проекта;
* выбраны ли технология и поставщики оборудования и т. д.;

1. Какие документы, необходимые для реализации проекта, уже получены (например, лицензии, согласования и др.).
2. Каковы конкурентные преимущества данного бизнес-проекта (необходимо убедить инвестора в том, что бизнес будет успешно развиваться, кредит – вовремя погашаться, вложенные инвестиции принесут прибыль).

В «Описании бизнеса» рекомендуется также указать опыт предпринимателя в реализации аналогичных проектов в прошлом, если таковой имеется.

Слабое знание рынка является одной из основных причин неудачи многих коммерческих проектов. Бизнес-планы чаще всего составляются с точки зрения производителя. Слишком часто компания преисполнена энтузиазма в связи со своим продуктом, но не поясняет при этом, почему и каким образом клиент будет его покупать, ожидая, что инвестор немедленно признает потребность рынка в этом продукте.

Раздел бизнес-плана «Оценка рынка сбыта» обычно включает данные о продажах, которые наиболее трудно точно прогнозировать и в результате очень важно обосновать.

Составление данного раздела можно условно разбить на три блока.

1.Описание рынка. Какой рынок является целевым для данного проекта, его уровень и тенденции развития? Какова ваша ниша на этом рынке по признаку продукции, территории и клиентов? Описание рынка должно включать:

* количественные характеристики – емкость рынка, уровень насыщения, прогнозы развития;
* качественные характеристики – структуру потребителей, мотивы совершения покупок, конкуренцию, специфические особенности рынка.

2.Характеристика потенциальных потребителей:

* Кто они?
* Где они?
* Почему они покупают?
* Когда они покупают?
* Они покупают по заказу или на тендерах?
* Кто принимает решение о покупке?
* Каков обычный размер заказа?
* Кто является окончательным клиентом и какое влияние на покупательские привычки находится за пределами вашего контроля?

3.Описание конкурентов:

* Кто ваши конкуренты?
* Где они находятся?
* Каков их размер и потенциал?
* Какую долю рынка они контролируют?
* Каковы их сильные и слабые стороны?
* Почему вы считаете, что будете успешно конкурировать с ними?
* Каков будет вероятный ответ конкурентов на ваши планы?

***4. План маркетинга***

Для того чтобы потенциальные клиенты превратились в реальных, будущему предпринимателю необходимо иметь план сбыта продукции или план маркетинга. Этот план должен показать, почему клиенты будут покупать вашу продукцию.

Маркетинговый план имеет крайне важное значение в структуре бизнес-плана, поскольку он определяет оптимальную стратегию компании на рынке и во взаимоотношениях с внешними партнерами и конкурентами, а потому от его объективности и проработанности во многом зависит успех рыночной деятельности компании.

План маркетинга пишется по следующим направлениям.

1. Ценообразование. Возможны следующие подходы к ценообразованию:

* высокое качество – высокая цена;
* цена в зависимости от цен конкурентов;
* низкие производственные издержки – низкая цена.

2. Схема распространения товаров (услуг). Возможны следующие схемы:

* свой торговый персонал – количество продавцов, местоположение точек сбыта и полнота охвата потребителей; политика вознаграждения; производительность (заказы по телефону, размер среднего заказа);
* дистрибьюторы – как отбираются, как получают вознаграждение;
* розничная продажа – размер и местоположение магазинов, их персонал;
* экспорт – в какие страны, дистрибьюторские соглашения;
* доставка товаров – что на нее влияет, каковы затраты.

3. Методы стимулирования продаж (сбыта). Возможными методами стимулирования продаж могут быть:

* скидки (необходимо прописать условия предоставления скидок, например, индивидуальный подход, постоянным клиентам, в зависимости от объема покупки и т. д.);
* предложение образцов продукции на пробу;
* продажа в рассрочку или с отсрочкой платежа;
* подарки и т. д.

4. Реклама. Здесь необходимо указать вид рекламы (объявления в СМИ, издание проспектов, вывески в магазинах, рассылка рекламных писем, визитки) и ее стоимость.

При составлении этого раздела вы должны постараться посмотреть на компанию и на продукцию с точки зрения клиента.

***5. Производственный и организационный разделы бизнес-плана***

Другой не менее важный раздел бизнес-плана – производственный (описание выбранной технологии, оборудования, материально-технического снабжения проекта). Если кредиторы или инвесторы поймут суть производственных процессов, то удастся избежать многих ошибок, связанных с обоснованием капиталовложений по проекту. Этот раздел готовится только той фирмой, которая собирается заниматься производством или оказанием услуг.

Раздел должен показать, что предприятие в состоянии производить необходимое количество продукции в нужные сроки и с требуемым качеством.

Структура данного раздела может иметь следующий вид.

1. Общие технические и организационные требования к производству:

* общая площадь, зонирование и технические характеристики производственной площадки;
* перечень необходимого к приобретению оборудования с указанием его наименования, серии и марки, количества, цены, поставщика и его контактных данных, общей суммы затрат на приобретение оборудования;
* используемые производственные технологии (их доступность, защищенность патентами, надежность, производительность и т. д.).

2. Описание производственного процесса и затрат:

* потребность и условия поставок сырья, материалов, комплектующих;
* калькуляция затрат на производство продукции (расчет себестоимости);
* объем производства и реализации продукции с указанием цены сбыта и поступлений от продаж.

При разработке бизнес-плана производственного предприятия объем производства и реализации продукции определяется, как правило, исходя из производственной мощности предприятия. Однако при этом необходимо учитывать, насколько насыщен рынок данной продукцией, какой уровень конкуренции на рынке и т. д. Анализ рыночной ситуации позволит оценить возможности реализации запланированного объема производства продукции.

Организационный раздел бизнес-плана должен быть посвящен системе управления фирмой и ее кадровой политике.

Структура раздела может иметь следующий вид.

1. Правовое обеспечение деятельности, в том числе организационно-правовая форма предприятия.
2. Организационная структура предприятия.
3. Ключевой управленческий персонал с указанием фамилии, имени, отчества, возраста, образования, опыта работы.
4. Календарный план реализации проекта.
5. План по персоналу с указанием должностей, численности работников по каждой должности, описанием системы оплаты труда.

В плане по персоналу отражается количественная и качественная структура персонала компании, который будет занят в реализации конкретного инвестиционного проекта, необходимый уровень его квалификации, а также затраты на персонал (фонд заработной платы и отчисления на него, предусмотренные законодательством).

План по персоналу целесообразно составлять по трем группам персонала:

* административно-управленческий;
* основной (в производстве – производственный, в торговле – торгово-оперативный);
* вспомогательный и обслуживающий.

Планирование численности административно-управленческого персонала осуществляется с учетом:

* численности основного персонала;
* числа необходимых для работы предприятия функциональный областей (финансы, маркетинг, безопасность и т. д.) и объема работ по ним.

Численность основного персонала должна зависеть от объема работ, реализуемых в рамках проекта. Существует ряд подходов к определению необходимого числа основных работников предприятия:

1. Для производственного предприятия – с учетом запланированного объема работ:

**,**

где *ФРВполезн* – фонд (бюджет, норма) рабочего времени одного работника за рассматриваемый период, в данном случае речь идет о полезном фонде рабочего времени, т. е. с учетом выходных, праздничных дней и дней отпуска. Норма выработки берется на одного работника.

1. Для торгового предприятия – по количеству рабочих мест [7]:

,

где *ФРВнормативный* – нормативный фонд рабочего времени – полное число рабочих дней одного работника в год = число дней в году – число выходных – число праздников [*ФРВполезн = 365 – 104 – 12 = 249 дней];*

*ФРВполезн* – полезный фонд рабочего времени – номинальный фонд за исключением отпусков (28 дней согласно законодательству) и дней возможной неявки работника по другим уважительным причинам;

*ЧЯ* – явочная численность работников – необходимое число работников с учетом числа рабочих мест и нормы времени их работы – рассчитывается по формуле:

,

где *Рм* – условное количество рабочих мест, ед.; *Тработы\_магазина* – время работы магазина в период, ч.; *Тпз* – время на подготовительно-заключительные операции, ч.; *Nt* – плановая продолжительность рабочего периода одного работника, ч.

При расчете явочной численности в качестве расчетного периода принимается одна неделя, т. к. единственным нормативно установленным законодательством временем работы (*Nt*) является 40 часов в неделю [1].

В рамках инвестиционного проекта могут использоваться две формы заработной платы: повременная, т. е. в форме фиксированного оклада, и сдельная заработная плата. В случае применения сдельной оплаты труда это будет одна из статей переменных затрат на производство и реализацию продукции. Фиксированный оклад следует рассматривать как одну из статей постоянных издержек на производство и реализацию продукции.

***6. Финансовый план***

Финансовый раздел бизнес-плана является одним из основных при решении задачи получения финансовых средств для развития бизнеса. В этой части бизнес-плана сводятся в единое целое все расчеты, проводимые в предыдущих разделах, сопоставляются поступления (доходы) и расходы, выявляется финансовый результат (прибыль, убыток). Его структура может быть следующей:

1. Источники финансирования.
2. Планируемые доходы, расходы и прибыль.
3. Оценка эффективности бизнес-проекта (инвестиций).

С возможными источниками финансирования бизнеса, их преимуществами и недостатками вы сможете познакомиться в теме «Выбор источников финансирования». В тексте бизнес-плана, как правило, требуется не только перечислить эти источники, но и указать конкретные суммы.

Для наглядности данную информацию удобнее оформить в виде таблицы.

Прогнозирование объема продаж можно проводить с использованием различных методик.

1. Метод экспертных оценок, т. е. изучение мнений специалистов предприятий-изготовителей, покупателей аналогичной продукции о возможных объемах реализации в планируемом периоде.
2. Метод экстраполяции – распространение тенденций, сложившихся в прошлом, на будущее, т. е., например, выручка в следующем периоде планируется на уровне предыдущего, увеличенного на определенный процент. Данная методика является неэффективной в случае нестабильного спроса на продукцию предприятия. Также ее невозможно применить для только что создаваемого бизнеса.
3. Метод доли рынка предприятия. В его основе данные о среднегодовых темпах роста емкости целевого рынка в прошедшем периоде и планируемой доли предприятия в общем объеме продаж.
4. На основе показателей прибыли и рентабельности, необходимых фирме. Такой расчет использует понятие «точка безубыточности», которая характеризует пограничный, т. е. нулевой по прибыльности объем работы. Для применения данной методики необходимо рассчитать все затраты предприятия по реализации данного проекта и разделить их на постоянные и переменные.

Точка безубыточности может быть рассчитана по формулам:

- в денежном исчислении:



- в натуральном исчислении:



- для торговых предприятий:



Сегодня в Интернете существует большое количество онлайн-сервисов расчета точки безубыточности, как и других экономических показателей деятельности предприятия [11, 13, 14].

При планировании затрат по реализуемому проекту необходимо выделить:

1. Первоначальные единовременные затраты – расходы, связанные с организацией бизнеса или закупкой необходимого оборудования для его открытия, а также проведение рекламной кампании, расходы на регистрацию предприятия (в случае открытия новой фирмы) и т. д.
2. Постоянные затраты – расходы, величина которых не зависит от объемов производства и реализации продукции. Сюда могут быть отнесены:

* арендная плата и коммунальные платежи;
* фонд оплаты труда сотрудников, по отношению к которым применятся повременная система оплаты труда (фиксированные оклады);
* платежи по кредиту;
* расходы на содержание офиса;
* расходы на рекламу;
* сумма налога на вмененный доход, если предприятие будет использовать режим налогообложения ЕНВД (см. подробнее тему «Способы оптимизации налоговых платежей»);
* сумма страховых взносов на индивидуального предпринимателя и др.

При расчете постоянных расходов необходимо все их рассчитывать на определенный период, например, за месяц.

1. Переменные затраты (прямые) – расходы, величины которых находится в прямой зависимости от объемов выпускаемой продукции (оказываемых услуг):

* для производственного предприятия переменные расходы – это затраты на сырье, материалы, электроэнергия производственного назначения, заработная плата рабочих-сдельщиков и т. д. Их сумма определяется в производственном плане при калькуляции затрат и расчете себестоимости производства продукции;
* для торгового предприятия это затраты на приобретение товаров, т. е. сумма денежных средств, откладываемых с выручки в текущем месяце для закупки товара, предназначенного к реализации в следующем месяце. Спланировать данные затраты можно исходя из плановой выручки и средней величины торговой наценки по формуле:



Если объемы продаж предприятия подвержены сезонным колебаниям, для наглядности данные по затратам, связанным с реализацией бизнес-проекта, могут быть представлены в виде таблицы, в которой отражена динамика доходов предприятия по месяцам.

Прибыль – это разница между доходами и суммарными расходами предприятия. Необходимо понимать, что любой бизнес требует первоначальных капитальных вложений (единовременных затрат), поэтому в первые месяцы работы любое предприятие может быть убыточным, если учитывать в расчетах сумму капитальных затрат.

Важным разделом финансового плана является оценка экономической эффективности проекта. По итогам прохождения этапа оценки инвестиционного проекта делается вывод о прибыльности и безопасности вложения в него денежных средств. Здесь важно понимать, что деньги, вкладываемые и получаемые в разные периоды времени, имеют разную ценность. Поэтому при проведении любых финансовых операций, к которым также относится и инвестирование, учет фактора времени является обязательным.

Каким образом учесть фактор времени? Это осуществляется с помощью метода дисконтирования, т. е. приведения стоимости разновременных денежных потоков к определенному моменту времени. Существуют две формулы, позволяющие это сделать:

1. Стоимость сегодняшней суммы в будущем:

.



1. Стоимость будущей суммы в сегодняшних деньгах:

,



где *FV* – будущая стоимость денег; *PV* – текущая (сегодняшняя) стоимость денег; *r* – процентная ставка; *n* – число периодов накоплений (в годах).

Процентная ставка, применяемая в данных формулах, называется также «ставкой дисконтирования». Этот параметр отражает скорость изменения стоимости денег в текущей экономике. Для расчетов ставку дисконтирования можно принимать равной:

* ставке рефинансирования;
* проценту по считающимся безрисковыми долгосрочным государственным облигациям;
* проценту по банковским депозитам.

Для расчета инвестиционных проектов этот параметр может приниматься равным планируемой доходности инвестиционного проекта.

*Например, в России на данный момент ставка рефинансирования (т. е. скорость изменения стоимости денег) равна 8,25% годовых (в рублях), в США – 0,25% (в долларах США), в Японии – 0,1% (в йенах), в Европе – 1% (в евро).*

Для оценки эффективности инвестиций важно определить текущую стоимость тех денег, которые планируется получить в будущем, и сравнить их с суммой вложенных средств.

Для оценки инвестиционных возможностей и принятия решений используются несколько показателей:

1. Чистая приведенная стоимость (ЧПС). Другие названия: чистый дисконтированный доход, чистый приведенный доход, Net Present Value (NPV).

2. Внутренняя норма рентабельности (ВНР). Другие названия: внутренняя норма доходности, норма возврата инвестиций, Internal Rate of Return (IRR).

3. Срок окупаемости (Payback period (PBP).

Чистая приведенная стоимость (NPV, Net Present Value) определяется вычитанием суммы первоначальных инвестиций из приведенной (текущей) стоимости денег, которые вы получите в будущем. У эффективных проектов чистая приведенная стоимость является положительной величиной.

Внутренняя норма рентабельности (доходности) – это значение ставки дисконтирования, при которой сумма приведенных денежных притоков денег равна приведенному денежному оттоку (оттокам), так что чистая приведенная стоимость проекта (ЧПС) равна нулю. Ставка дисконта, равная внутренней норме доходности, делает проект нейтральным, неубыточным и неприбыльным. Для расчета ВНР можно использовать таблицы Excel, где есть соответствующая функция, или подбирать значения случайным образом.

Срок окупаемости – это период времени, в течение которого предприятие сможет окупить все первоначальные инвестиции, вложенные в бизнес-проект, т. е. приток денег по проекту сравняется с оттоком (первоначальными инвестициями). С учетом фактора времени необходимо брать дисконтированные денежные потоки.

При принятии решений об инвестициях в проект на основе периода окупаемости необходимо учитывать следующие моменты:

* чтобы проект был приемлемым, он должен иметь более короткий период окупаемости по сравнению с максимально допустимым для вас периодом;
* если вы сравниваете два альтернативных проекта для инвестиций, следует выбирать проект с наиболее коротким периодом окупаемости.

***7. Риски и их оценка в бизнес-планировании***

При составлении и актуализации бизнес-проектов обязательным разделом является оценка рисков в бизнес-плане. Этот раздел направлен на прогнозирование наступления негативных ситуаций при реализации проекта и определения способов их устранения, локализации или профилактики.

Пренебрежение или недостаточное внимание к оценке возможных преград в реализации коммерческого плана может свести к полному провалу проект.

От величины проекта зависит уровень анализа рисков:

* для крупных компаний и отраслевых проектов используются математические алгоритмы вероятности наступления конкретных негативных ситуаций;
* для менее крупных достаточно проведения экспертизы рисков специалистами в области бизнес-планирования.

В любом случае критерии отбора возможных осложнений для реализации любого проекта условно разделяются на общие и индивидуальные.

Общие риски реализации бизнес-плана распространяются на все проекты и бывают:

* подконтрольные;
* бесконтрольные (общегосударственная или мировая политическая, экономическая, социальная обстановка, форс-мажор и стихийные бедствия, социальные и природные катаклизмы, валютные риски, изменение правил налогообложения, валютного регулирования или торговли и т. д.).

Отсутствие возможности влияния на бесконтрольные риски обязывает предусмотреть в бизнес-плане меры по уменьшению негативных последствий. К таким мерам относят:

* финансовые – страхование, накопление средств, смежное инвестирование или займы;
* экономические – направлены на создание условий для повышения ликвидности поставляемого товара или услуг;
* организационные – связаны с расширением географии продаж и размещения производственных площадей, мобильности в организационно-правовых формах ведения бизнеса.

Индивидуальный подход выявления рисков бизнес-планирования имеет динамичный характер. В процессе выполнения запланированных действий реальная ситуация преподносит новые вопросы и непредвиденные трудности. Поэтому индивидуальное планирование учета рисков и их нивелирования является одним из основных источников пересмотра различных элементов бизнес-плана.

Общими методами управления рисками признано считать:

* диверсификацию (расширение ассортимента, видов бизнеса, территорий распространения, источников сырья и т.д.);
* кадровую ротацию (подбор специалистов, организация курсов повышения квалификации, смена работников);
* обращение к услугам финансового аудита и прочее.

Самое главное в любом бизнес-плане – это его динамичность и оперативность внесения изменений. Статичность любого бизнес-планирования в условиях рыночной экономики, постоянно изменяющейся под действием различных факторов, может загубить любой даже самый выгодный проект.

***8. Заключительный этап разработки бизнес-плана***

На заключительном этапе разработки бизнес-плана составляется резюме и оформляется титульный лист.

Резюме пишется по результатам проведенных исследований и расчетов, однако размещается в самом начале материала. Такая форма построения бизнес-плана необходима для того, чтобы потенциальный инвестор с самого начала ознакомления с проектом составил себе четкое представление о содержании и ожидаемых результатах проекта. Для этого в данном разделе излагается «сокращенная» версия бизнес-плана, содержащая конечные результаты проработки последующих разделов.

Основные моменты резюме:

* краткая характеристика предприятия: дата учреждения, цели организации предприятия, форма собственности, организационно-правовая форма;
* цель инвестиционного проекта: основные моменты будущего производства, характеристика услуг по выпуску продукции, качественные отличия продукции предприятия от продукции-аналога;
* предполагаемый объем производства в натуральных единицах и объем реализации в денежном выражении;
* возможности и способы реализации проекта (основные потребители, потенциальные клиенты);
* объемы затрат на производство;
* себестоимость единицы продукции;
* цена единицы продукции;
* источники финансирования денежных средств: кредиты, вклады учредителей, инвестиции;
* предполагаемые объемы финансирования (сроки получения, суммы, сроки погашения обязательств);
* предполагаемая эффективность проекта: срок окупаемости, прибыльность, чистый приведенный доход и т. д.

Необходимо добиваться запоминаемого резюме, в нем можно поместить рисунок или фотографию изделия.

Титульный лист бизнес-планане должен содержать излишних подробностей, он должен быть лаконичным и привлекательным. Очень важно дать проекту краткое название, которое затем может появиться на наружной вывеске предприятия, в рекламных материалах, на упаковке и т. д.

***Глоссарий***

**Бизнес-план** – это программа деятельности организации на определенный период времени, содержащая информацию о самой организации (проекте), производимых товарах, плане их производства и сбыта, анализ рынка, план маркетинга, а также организационный и финансовый план, включая оценку эффективности и рисков проекта.

**Дисконтирование денежных потоков** – приведение значений разновременных денежных потоков (относящихся к разным шагам расчета) к их стоимости на определенный момент времени, например, на дату расчета или любой другой выбранный период, называемый моментом приведения.

**Инвестиционный проект** – план вложения средств с целью получения прибыли.

**IRR** – показатель, характеризующий уровень доходности инвестиций (с учетом фактора времени), генерируемый конкретным проектом, при условии полного покрытия всех расходов по проекту за счет доходов. Другой вариант названия этого показателя – внутренняя норма доходности, внутренняя норма дохода, внутренняя норма рентабельности.

**NPV** – отражает суммарные чистые доходы с учетом (фактора времени), которые способен генерировать проект, и позволяет оценить весомость будущих доходов по отношению к текущему моменту времени. Другие названия показателя: чистая текущая стоимость, чистый дисконтированный доход.

**Переменные затраты** – расходы, которые изменяются пропорционально объему выпущенной продукции.

**Постоянные затраты** – расходы, которые не изменяются в зависимости от объема выпуска конечной продукции, т. е. затраты, которые должны быть возмещены при любых результатах производственного процесса, даже в случае отсутствия готовой продукции (также используются понятия косвенные затраты, накладные расходы).

**Риск** – опасность отклонения от предполагаемой цели, приводящая к возникновению непредвиденных потерь прибыли, дохода или имущества, денежных средств, других ресурсов в связи с неблагоприятными обстоятельствами.

**Сегмент рынка** – часть рынка, охватывающая совокупность потребителей, одинаково реагирующих на потребительские свойства товара или на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

**Срок окупаемости инвестиций (простой)** – продолжительность периода от начального момента до дня, когда чистый доход от вложений капитала станет равным величине вложений. За начальный момент может приниматься либо начало реализации проекта, либо начало финансирования, либо начало операционной деятельности, о чем необходимо делать ссылку.

**Срок окупаемости инвестиций (дисконтированный)** – период времени, в котором чистый доход с учетом его стоимости во времени станет равен инвестиционным затратам проекта. Здесь обязательно указывать, что принято за начальный момент отсчета – начало реализации проекта, начало финансирования, начало операционной деятельности и т. п.

**Ставка дисконтирования** – это выраженный в процентах показатель, отражающий темпы снижения ценности денежных ресурсов с течением времени с точки зрения стороны, принимающей решение о реализации проекта.

**Ставка рефинансирования** – ставка процента, под который осуществляется кредитование коммерческих банков Центральным банком страны.

**Точка безубыточности** – уровень объема производства, деловой активности продаж, при которых совокупные затраты равны общей выручке с продаж; начиная с этой точки компания получает прибыль, а маржинальный доход совпадает с постоянными затратами.

***Источники***

1. Трудовой кодекс Российской Федерации. – М.: Проспект, КноРус, 2012.
2. Об утверждении Порядка предоставления государственных гарантий на конкурсной основе за счет средств Бюджета развития Российской Федерации и Положения об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов Бюджета развития Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 22 ноября 1997 г. № 1470. – Консультант Плюс.
3. Об утверждении форм бизнес-планов, представляемых для заключения (изменения) соглашений о ведении промышленно-производственной (технико-внедренческой) деятельности, критериев отбора банков и иных кредитных организаций для подготовки заключения на бизнес-планы, критериев оценки бизнес-планов, проводимой экспертным советом по технико-внедренческим особым экономическим зонам: Приказ Минэкономразвития России от 23.03.2006 г. № 75 (ред. от 02.11.2012). – Консультант Плюс.
4. Об утверждении формы бизнес-плана, прилагаемого к заявке на заключение соглашения об осуществлении деятельности в портовой особой экономической зоне: Приказ Минэкономразвития РФ от 12.03.2011 г. № 101. – Консультант Плюс.
5. Бизнес планирование. Курс лекций / Э.А. Уткин, Б. Акотляр, Б.М. Рапопорт. – М.: Эксмо, 2012.
6. Бизнес-планирование: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / под. ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
7. Владимирова, Л.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли (торговля): учебник / Л.П. Владимирова. – М.: Дашков и К°, 2008.
8. Должанский, И.З., Загонная, Т.О. Бизнес-план: технология разработки. Учебное пособие / И.З. Должанский, Т.О. Загонная. – МЭГИ: Донецк-Макеевка. – 2011.
9. Как создать свой бизнес: индивидуальный или совместный / ред. сост. А. Т. Гаврилов, М. И. Посошкова. – М.: «Российская газета», 2010. – 159 с.
10. Шустов, А.А. Особенности бизнес-плана инновационного проекта [Текст] / А. А. Шустов // Молодой ученый. – 2013. – № 9. – С. 264–269.

***Информационные ресурсы Интернета***

1. <http://biznesfin.ru/vash-kabinet/kalkulyator-tochki-bezubytochnosti/>
2. [http://businessplan-ru.com/index.php?option=com\_content&view=article&id =172&Itemid=121](http://businessplan-ru.com/index.php?option=com_content&view=article&id%20=172&Itemid=121)
3. <http://excel-info.com/blog/2012/12/07/raschet-tochki-bezubytochnosti/>
4. <http://openbusiness.ru/bplan/online.htm>
5. <http://www.investmentrussia.ru/>
6. <http://www.sberbank.ru/moscow/ru/s_m_business/credits/cref/cref_bproekt/>

*Тема:* **Программы поддержки предпринимателей в России**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Необходимость государственной поддержки малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей
2. Государственная и общественная инфраструктура содействия развитию малого бизнеса и индивидуального предпринимательства
3. Механизмы предоставления финансовой поддержки малому бизнесу в России

*Цель:*

Рассмотреть основные механизмы и направления поддержки предпринимателей со стороны государства, используя российский и зарубежный опыт.

*Задачи:*

– обосновать необходимость государственной поддержки малого и среднего бизнеса, в том числе и индивидуальных предпринимателей;

– рассмотреть государственные институты, общественные организации и инфраструктуру, оказывающие содействие развитию малого и среднего бизнеса в России, в том числе и индивидуальным предпринимателям;

– охарактеризовать механизмы предоставления поддержки малого и среднего бизнеса в России и зарубежных странах.

*Компетенции:*

Ф20. Осознавать необходимость внутренней дисциплины и регулярности управления финансами.

О5. Понимать процессы, происходящие в современной хозяйственной деятельности и роль государства в стимулировании предпринимательской деятельности.

О6. Понимать особенности организационно-правовых форм малого бизнеса.

О7. Знать нормативные документы, определяющие правовой статус индивидуального предпринимателя, его права и обязанности.

О24. Проявлять активность и инициативу в поиске информации и ее обновлении.

Д13. Брать ответственность за финансовые решения, осознавать последствия этих решений.

З1. Знать права и обязанности потребителей финансовых услуг.

З2. Знать, куда обратиться за консультацией по финансовым вопросам.

К16. Осознание ответственности за обслуживание своих долгов.

Л4. Знать, к кому обратиться за консультацией по вопросам индивидуального предпринимательства.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала по теме «Развитие предпринимательского образа мышления», «Выбор источников финансирования», «Роль бизнес-плана в получении финансирования». Она дает возможность более глубоко освоить темы, «Управление финансами и финансовый контроль», «Способы оптимизации налоговых платежей».

***1. Необходимость государственной поддержки малого бизнеса   
и индивидуальных предпринимателей***

В исследовании «Глобальный мониторинг предпринимательства», проведенном Высшей школой менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета при поддержке компании EY, говорится, что в 2013 году количество ранних предпринимателей (тех, кто только открывает свое дело, либо чей бизнес не старше трех лет) в России увеличилось на 25% и составило 5,75% от взрослого трудоспособного населения страны. По этому показателю Россия находится на одном уровне с такими странами, как Испания (5,21%), Финляндия (5,29%), Греция (5,51%), Норвегия (6,25%). Несмотря на то, что в России создается аналогичное европейским странам число предприятий, они быстро умирают. Большинство российских организаций МСП не могут преодолеть начального этапа своего развития. Лишь 3,4% из них существуют на рынке более трех лет, что по-прежнему остается одним из самых низких показателей среди стран-участниц проекта [25].

Наиболее серьезные проблемы ведения предпринимательской деятельности в России представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Наиболее серьезные препятствия для развития предпринимательской деятельности. Источник [27]

Как можно изменить сложившуюся ситуацию? Ответ прост. Необходимо оказывать поддержку малому и среднему бизнесу, в том числе и ИП, со стороны федеральных, региональных и местных органов исполнительной власти.

Все это требует проведения активной государственной политики, направленной на устранение негативных воздействий на развитие предпринимательства в России и оказание ему действенной поддержки.

Подчеркнем, что государственная поддержка направлена на хозяйствующие субъекты, функционирующие в форме малых и средних предприятий.

В действующем Федеральном законе от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1] к субъектам малого и среднего бизнеса могут быть отнесены хозяйствующие субъекты, отвечающие критериям, представленным на рисунке 2.

**Число сотрудников**

Микро – до 15 чел.

Малые – до 100 чел.

Средние – 101-250 чел.

**Выручка и активы (не более)**

Микро – 60 млн. рублей

Малые – 400 млн. рублей

Средние – 1 млрд. рублей

**Доля в уставном капитале**

суммарная доля участия РФ, субъектов РФ,

муниципальных образований, иностранных организаций и граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов, организаций, которые не относятся к субъектам малого и среднего предпринимательства, в их уставном капитале не превышает 25%

Рисунок 2 – Критерии отнесения хозяйствующих субъектов   
к малому и среднему бизнесу

Согласно закону физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее – ИП), отвечающие данным критериям, могут быть отнесены к сектору малого и среднего бизнеса (ст. 4). Но есть одно важное условие. Подтвердить статус субъекта малого и среднего предпринимательства можно, только если эти критерии выполняются в течение двух календарных лет, следующих один за другим.

Есть и еще ряд ограничений. В соответствии с законодательством РФ государственная поддержка не может быть оказана субъектам малого и среднего предпринимательства, работающим в следующих сферах (рис. 3):



Рисунок 3 – Ограничения в сферах деятельности предприятий МСП

Кроме того, государственная поддержка не может быть оказана, если субъекты МСП занимаются следующими видами деятельности (рис. 4):

Осуществляющим предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса

**Государственная поддержка не может быть оказана субъектам МСП**

Являющихся нерезидентами Российской Федерации

Осуществляющим производство и реализацию подакцизных товаров

Являющихся участниками соглашений о разделе продукции

Рисунок 4 – Ограничения в видах деятельности предприятий МСП при оказании поддержки со стороны государства

В оказании государственной поддержки должно быть отказано в случае, если предприятия МСП не выполнили ряд организационно-технических требований при оформлении документов (рис. 5).

**В оказании государственной поддержки должно быть отказано в случаях:**

С момента признания субъекта МСП допустившим нарушение порядка и условий оказания поддержки, в том числе не обеспечившим целевого использования средств поддержки, прошло менее чем три года.

Не выполнены условия оказания поддержки.

Не представлены документы, определенные соответствующими федеральными, региональными, муниципальными программами развития МСП или представлены недостоверные сведения и документы.

Ранее в отношении заявителя-субъекта МСП было принято решение об оказании аналогичной поддержки и сроки ее оказания не истекли.

Рисунок 5 – Организационно-технические условия, при невыполнении которых в государственной поддержке предприятиям МСП может быть отказано

В случае если предпринимательская деятельность хозяйствующего субъекта отвечает вышеприведенным критериям и не попадает под ограничения, он может претендовать на получение статуса малого или среднего предприятия, а затем и на поддержку со стороны государства.

Подчеркнем, что программы поддержки малого и среднего предпринимательства существуют в каждом зарубежном государстве, поскольку сектор МСП рассматривается как важная составляющая экономики страны.

***2. Государственная и общественная инфраструктура   
содействия развитию малого бизнеса   
и индивидуального предпринимательства***

Государством прежде всего должны быть созданы условия для развития базовых институтов, общественных организаций и инфраструктуры для субъектов малого и среднего предпринимательства.

В России уже сегодня действуют государственные структуры, поддерживающие развитие малого и среднего предпринимательства (рис. 6). Среди них:

Правительственная комиссия по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства

Координационные (совещательные) органы по развитию малого предпринимательства при министерствах и ведомствах

Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Министерства экономического развития РФ

Рисунок 6 – Государственные структуры, поддерживающие МСП

– Правительственная комиссия по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства (руководителем является И.И. Шувалов) представляет собой постоянно действующий орган, созданный для координации деятельности органов исполнительной власти и осуществления взаимодействия с представителями бизнес-сообщества по выработке предложений, связанных с реализацией государственной политики в сфере конкуренции и развития МСП. Основными задачами комиссии являются рассмотрение и подготовка предложений по реализации решений Президента РФ и Правительства РФ в области конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства в РФ, определению мер государственной поддержки МСП и повышению ее эффективности и ряду других вопросов, относящихся к компетенции Комиссии;

– координационные (совещательные) органы по развитию малого предпринимательства при министерствах и ведомствах;

– Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Министерства экономического развития РФ (руководитель – Н.И. [Ларионова](http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/about/structure/depmb/director)).

Кроме того, необходимо участие общественных объединений в процессе принятия решений, касающихся бизнес-сообщества. С последующей постепенной передачей им части государственных функций. Уже сегодня в России создано и успешно функционирует Российское Объединение предпринимателей, или так называемая «Большая четверка», которая включает в себя наиболее влиятельные общественные организации России, представляющие интересы бизнес-сообщества на государственном уровне (рис.7).

**Общероссийская общественная организация малого и среднего предприниматель-ства «ОПОРА РОССИИ» и НП «ОПОРА»**

– создана 18 сентября 2002 г.;

– 81 региональное отделение;

– в состав НП «ОПОРА» входит 115 отраслевых союзов, ассоциаций и гильдий;

– более 400 000 представителей МСП.

**Торгово-промышленная палата Российской Федерации**

– в июле 1993 г. принят закон «О торгово-промышленных палатах в РФ»;

– 174 территориальных ТПП;

– более 200 союзов, ассоциаций;

– около 50 000 предприятий и организаций.

**Российский союз промышлен-**

**ников и предпринимателей**

– основан в 1990 г.;

– более 100 отраслевых и региональных объединений;

– свыше 320 000 представителей промышленных, научных, финансовых и коммерческих организаций.

**Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»**

– основана в 2001 г.;

– 72 региональных отделения;

– 38 отраслевых отделений.

Рисунок 7 – Российское объединение предпринимателей («Большая четверка»)

В последнее время в России стало уделяться существенное внимание развитию инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса. В общем виде она представляет собой систему государственных и негосударственных органов, оказывающих услуги субъектам малого предпринимательства. К примеру, в Германии и Италии существует большое количество консультационных центров для начинающих предпринимателей и представителей МСП.

Законодательное определение инфраструктуры поддержки субъектов МСП представлено в Федеральном законе от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (рис. 8).

Технопарки, научные парки, бизнес-инкубаторы

Инжиниринговые центры

Инновационно-технологические центры

Микрофинансовые организации

Центры и агентства по развитию предпринимательст-

ва

Маркетинговые и учебно-деловые центры

**Инфраструктура поддержки субъектов МСП**

Консультационные центры

Государственные, муниципальные фонды поддержки предпринимательства

Фонды содействия кредитованию, гарантийные фонды, фонды поручительства

Рисунок 8 – Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

Особенно следует подчеркнуть важность создания и поддержания в рабочем состоянии инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в регионах России, поскольку практическая реализация решений федеральных органов власти, касающихся создания благоприятных условий развития малого и среднего предпринимательства, находит свое реальное воплощение на региональном и местном уровнях.

Региональная инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства в Волгоградской области представлена на рисунке 9.



Рисунок 9 – Инфраструктура поддержки МСП на территории   
Волгоградской области.

Рассмотрим основные функции существующих организаций.

#### 1. Некоммерческое партнерство «Региональный гарантийный фонд» (далее – НП «РГФ»). *Адрес: 404112, Волгоградская обл., г. Волжский, ул. Пушкина, д. 45/1. Телефоны: (8443) 21-56-99, 21-56-98*

#### Цель деятельности НП «РГФ» – предоставление поручительств (в денежной форме) по кредитам, получаемым субъектами малого и среднего предпринимательства в коммерческих банках. Схема предоставления поручительств представлена на рисунке 10.

**Некоммерческое партнерство**

**«РЕГИОНАЛЬНЫЙ ГАРАНТИЙНЫЙ ФОНД»**

Схема реализации программы предоставления поручительств

**Поручительства предоставляется:**

– по кредитным договорам, заключенным на срок не менее 1 года и не более 10 лет;

– в сумме, превышающей 1 млн. рублей.

**Совокупный объем поручительств в отношении одного Заемщика не может превышать 20 млн. рублей.**

**СМСП**

**Банк**

**НП «РГФ»**

Заявка на получение кредита

Заявка на получение поручительства

Решение о предоставлении поручительства

Гарантийный резерв НП «РГФ» 300 млн. рублей.

С НП «РГФ» работают по соглашениям 15 банков Волгоградской области.

Размер поручительства – не более 70% от суммы обязательств.

Плата за поручительство – 1-2% годовых от суммы поручительства.

Ответственность Фонда – 70% от суммы основного долга.

Рисунок 10 – Схема реализации программы предоставления поручительства НП «Региональный гарантийный фонд»

#### 2. Государственный фонд «Региональный микрофинансовый центр» (далее – ГФ «РМЦ»). *Адрес: Волгоградская обл., г. Волжский, ул. Пушкина, д. 45/1. Телефон: (8443) 21-03-37. E-mail:* [*volganet.rmc@yandex.ru*](mailto:volganet.rmc@yandex.ru)

Цели деятельности:

– обеспечение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства Волгоградской области к заемным финансовым ресурсам;

– поддержка и взаимодействие с организациями инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Основное направление деятельности: предоставление на условиях конкурсного отбора целевых займов микрофинансовым организациям первого уровня для дальнейшего финансирования проектов малого и среднего предпринимательства (рис.11).

**Государственный фонд**

**«РЕГИОНАЛЬНЫЙ МИКРОФИНАНСОВЫЙ ЦЕНТР»**

Схема предоставления займов

**Федеральный бюджет**

**Областной бюджет**

**Фонд микрофинансирования**

**ГФ «РМЦ» - 140 млн. рублей**

**Микрофи-нансовые организации**

**Субъекты малого и среднего бизнеса**

8-10%

10-17%

Потребительские кооперативы и общества, небанковские депозитно-кредитные организации, некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, коммерческие организации.

#### Рисунок 11 – Схема предоставления займов ГФ «Региональный

#### микрофинансовый центр»

#### 3. Государственное автономное учреждение Волгоградской области «Волгоградский областной бизнес-инкубатор» (далее – ГАУ ВО «Волгоградский областной бизнес-инкубатор»). *Адрес: Волгоградская обл., г. Волжский, ул. Пушкина, д. 45/1. Телефон: (8443) 21-57-80. E-mail: gauvobi@volganet.ru*

Предметом деятельности ГАУ ВО «Волгоградский областной бизнес-инкубатор» является создание благоприятных условий и оказания услуг субъектам малого предпринимательства, направленных на их поддержку и развитие, в целях:

– формирования предпринимательской среды, создания условий для развития малого предпринимательства, в том числе в научно-технологической и инновационной сфере;

– обеспечения условий для создания и развития МСП в приоритетных для Волгоградской области отраслях экономики;

– создания условий для возникновения и развития инновационных идей и технологий, обеспечивающих использование научно-промышленного потенциала оборонных предприятий, высших учебных заведений, научно-исследовательских и других предприятий и организаций;

– стимулирования деловой активности граждан по созданию МСП, разработке новых бизнес-проектов инновационно-инвестиционной направленности, в первую очередь в производственной сфере;

– организации учебного процесса в области дополнительного образования по организации работы предприятий малого бизнеса.

#### 4. «Европейский Информационный Корреспондентский Центр» (далее – ЕИКЦ – Россия). *Адрес: Волгоградская обл., г. Волжский, ул. Пушкина, д. 45/1. Телефон: (8443) 21-57-80. E-mail:* [*gauvobi@volganet.ru*](mailto:gauvobi@volganet.ru) *Сайт: http://www.euroinfocenter.ru*

Основная цель деятельности российского ЕИКЦ – предоставление информационно-консультационной поддержки и содействия МСП России и стран Евросоюза, заинтересованных в установлении и развитии взаимовыгодного делового сотрудничества.

Основные задачи центра:

• распространение информации о законодательстве, целях, задачах ЕС, его стратегии развития и текущей политике;

• продвижение российских МСП на европейский рынок;

• содействие в установлении деловых связей между российским и европейским МСП;

• предоставление информации о требованиях и возможностях рынков ЕС и России;

• облегчение доступа российских предприятий к необходимой информации о программах и проектах поддержки предпринимательства, финансируемых Евросоюзом.

# 5. НП «Агентство инвестиций и развития Волгоградской области». *Адрес: г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 30, оф. 201. Телефон: (8442) 30-87-56. Сайт: www.airvo.ru*

#### Приоритетной целью агентства является формирование инвестиционных предложений, способствующих социально-экономическому развитию региона, а также подбор инвестиционных площадок для реализации проектов.

# 6. «Центр инжиниринга Волгоградской области»

Центр инжиниринга для субъектов МСП Волгоградской области (далее – ЦИ) представляет собой структурное подразделение ГАУ Волгоградской области «Волгоградский областной бизнес-инкубатор». Основной целью деятельности ЦИ будет стимулирование применения субъектами МСП инновационных технологий, повышения индекса технологической готовности субъектов МСП за счет применения передовых инновационных технологий, повышение их конкурентоспособности при тесном взаимодействии с учреждениями образования и науки, органами государственной власти и местного самоуправления, инвесторами.

# 7. «Центр поддержки предпринимательства». *Адрес: Волгоградская обл., г. Волжский, ул. Пушкина, д. 45/1. Телефон: (8443) 21-57-80. Адрес: 400005, г. Волгоград, ул. 7-я Гвардейская, д. 2. Телефон/факс: (8442) 23-22-02. E-mail:* [*ok-1@volgogradcci.ru*](mailto:ok-1@volgogradcci.ru)

Деятельность центра направлена на содействие хозяйствующим субъектам всех форм собственности Волгоградской области в осуществлении предпринимательской деятельности и представление их интересов в органах исполнительной и законодательной власти (рис.12).

**ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Бюджетирование, оптимизация налогообложения, бухгалтерские услуги.

Маркетинговое сопровождение деятельности.

Юридическое сопровождение деятельности

Информационное сопровождение деятельности

**Основные направления деятельности**

**Цель деятельности**

Содействие развитию субъектов малого и среднего предпринимательства при реализации государственных программ (подпрограмм) или муниципальных программ содержащих мероприятия, направленные на развитие малого и среднего предпринимательства

Рисунок 12 – Основные направления деятельности «Центра поддержки предпринимательства» Волгоградской области

Кроме того, в апреле 2003 года на территории Волгоградской области была создана Волгоградская региональная коалиция по защите прав и представлению интересов предпринимательства, которая представляет собой добровольное объединение ведущих предпринимательских ассоциаций и объединений г. Волгограда и Волгоградской области.

Целью создания коалиции является изучение потребностей малого и среднего бизнеса, улучшение делового климата региона, создание оптимальной законодательной базы для развития предпринимательства.

Существующая система институтов, оказывающих поддержку развитию малого и среднего предпринимательства в Волгоградской области, позволяет органам государственной власти, органам местного самоуправления и бизнес-сообществу конструктивно взаимодействовать друг с другом.

***3. Механизмы предоставления поддержки малому бизнесу в России***

Механизмы поддержки предпринимательства в различных странах разнообразны — от прямого финансирования проектов до создания бизнес-инкубаторов в регионах.

**ФИНАНСЫ**

**–** гранты начинающим (приоритет – безработные, уволенные, в запасе);

– субсидии государственным микрофинансовым организациям и гарантийным фондам.

**ИННОВАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА**

**МОДЕРНИЗАЦИЯ**

**–** центры кластерного развития;

– региональные центры инжиниринга;

– центры прототипирования.

**–** субсидирование % ставок по кредитам;

– субсидирование покупки нового оборудования;

– лизинг оборудования;

– энергоэффективность.

**ЭКСПОРТ**

**СОЦИАЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ**

**СПЕЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА**

**–** региональные центры поддержки экспорта;

– Евро Инфо Консультационные (Корреспондентские) Центры.

**–** субсидии социально-ориентированным субъектам МСП;

– субсидии Центрам дневного времяпровождения детей, дошкольным образовательным центрам;

– молодежное предпринимательство, в т.ч. центры молодежного инновационного творчества;

– народные художественные промыслы.

**–** бизнес-инкубаторы, промышленные парки (в том числе частные) и технопарки.

Рисунок 13 – Основные механизмы поддержки малого и среднего бизнеса  
 в ведущих странах мира

Обращаясь к Федеральному закону от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», отметим, что основными мерами поддержки предприятий малого и среднего бизнеса на сегодняшний день являются:

1. Финансовая поддержка,которая осуществляется согласно законодательству РФ за счет средств бюджетов субъектов РФ и местных бюджетов путем предоставления [субсидий](consultantplus://offline/ref=4BA060FFF7ED56967FADD674A1242332D4AFA3C442FB666317B9A711BEC556A21A9ED97D7013a031J), [бюджетных инвестиций](consultantplus://offline/ref=4BA060FFF7ED56967FADD674A1242332D4AFA3C442FB666317B9A711BEC556A21A9ED97D7010a037J), государственных и муниципальных [гарантий](consultantplus://offline/ref=4BA060FFF7ED56967FADD674A1242332D4AFA3C442FB666317B9A711BEC556A21A9ED97D7C15a031J) по обязательствам субъектов МСП и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов МСП (ст. 17).

2.Имущественная поддержка. Оказание имущественной поддержки субъектам МСП, а также организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов МСП (за исключением государственных фондов поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности, осуществляющих деятельность в форме государственных учреждений), осуществляется органами государственной власти, органами местного самоуправления в виде передачи во владение и (или) в пользование государственного или муниципального имущества, в том числе земельных участков, зданий, строений, сооружений, нежилых помещений, оборудования, машин, механизмов, установок, транспортных средств, инвентаря, инструментов, на возмездной / безвозмездной основе или на льготных условиях в соответствии с федеральными, региональными и муниципальными программами развития. Указанное имущество должно использоваться по целевому назначению.

3.Информационная поддержка предоставляется конкретному субъекту МСП (адресная поддержка), а также неопределенному кругу лиц путем размещения информации в сети Интернет, предоставления информации и консультаций с использованием телефонной или иной связи, распространения печатных изданий (общедоступная поддержка).

4.Консультационная поддержкаможет осуществляться в виде:

– создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих консультационные услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, и обеспечения деятельности таких организаций;

– компенсации затрат, произведенных и документально подтвержденных субъектами малого и среднего предпринимательства, на оплату консультационных услуг.

5. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере образования,которая можетосуществляться в виде:

– создания условий для подготовки и переподготовки кадров для субъектов МСП;

– учебно-методической и научно-методической помощи субъектам МСП.

6. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства включает в себя, например:

– создание организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов МСП;

– содействие патентованию изобретений и иных результатов интеллектуальной деятельности МСП.

7. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в области ремесленной деятельности (создание организаций палат ремесел, центров ремесел и обеспечение их деятельности).

8. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность,черезоказание содействия в продвижении на рынки иностранных государств российских товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности, а также создание благоприятных условий для российских участников внешнеэкономической деятельности.

9. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность может осуществляться в форме оказания содействия в продвижении сельскохозяйственной продукции.

Кроме того, государственная поддержка предприятиям МСП может осуществляться в налоговой сфере в виде предоставления налоговых льгот в рамках действующей налоговой системы, а также путем упрощения системы учета, отчетности и налогообложения субъектов МСП.

Субъекты МСП вправе применять ускоренную амортизацию основных производственных фондов, а малые предприятия, занятые в сфере производства товаров народного потребления, строительстве и некоторых других, не уплачивают налог на прибыль в первые два года работы (предоставляются налоговые каникулы). Кроме того, субъекты МСП уплачивают налоги по итогам работы за квартал без уплаты авансовых платежей.

Что касается налоговых каникул, то сейчас они по большей части предоставляются крупным компаниям нефтяного сектора и аграрным предприятиям. Большинство предприятий является градообразующими, для предприятий сырьевого комплекса по определенному виду налогов налоговые каникулы продлены до 2022 г. Также сегодня действует подобная льгота для предприятий, зарегистрированных в особых промышленных и инновационных экономических зонах (ОЭЗ). В промышленных ОЭЗ в основном развиваются химическое производство, строительные материалы, торговое оборудование и автомобилестроение. Инновационные ОЭЗ расположены в научно-исследовательских центрах Санкт-Петербурга, Томска, Зеленограда и Дубны. Инновационная деятельность в таких центрах включает в себя нано- и биотехнологии, медицинские и информационные технологии, электронику, средства связи и т. д. [7].

В 2015–2018 гг. планируется ввести налоговые каникулы для малого бизнеса. Так, российские регионы получат право вводить налоговую ставку размером 0% для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, которые перешли на упрощенную систему налогообложения, а также работают в производственной, научной и социальной сферах. Однако нужно отметить, что такая мера будет вводиться только для тех, кто начнет ведение бизнеса впервые. Кроме того, такие каникулы не будут вводиться на всей территории России, а право их применения будет зависеть от региональных властей [24].

Малому бизнесу может быть предоставлен инвестиционный налоговый кредит в соответствии с налоговым законодательством в случаях, предусмотренных [ст. 66](consultantplus://offline/ref=6C3468511180509239BEADC39E7A8824BE9058894D7B480A4A52D2C10E585AD5F6E72EFFAB9860490FHBH) НК РФ. В соответствии с [гл. 9](consultantplus://offline/ref=6C3468511180509239BEADC39E7A8824BE9058894D7B480A4A52D2C10E585AD5F6E72EFFAA9A06H5H) НК РФ субъекты МСП наравне с иными организациями, предусмотренными НК РФ, могут воспользоваться и иными налоговыми льготами, такими как отсрочка уплаты налога, а также рассрочка налогового платежа.

Таким образом, современная система государственной поддержки предприятий МСП в России в целом сформирована. Сегодня более востребованными становятся задача повышения эффективности государственной поддержки субъектов МСП, а также мониторинг реализации федеральных законодательных норматив на региональном уровне.

Можно выделить следующие направления субсидирования развития малого и среднего предпринимательства в Волгоградской области и сравнить полученные показатели со средними по РФ.

**ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Возмещение части затрат (субсидии) субъектам малого и среднего предпринимательства, тыс. рублей

– на оплату по договорам лизинга

20 000/80 000

7 635/32 010

– на создание, развитие и модернизацию

производства

–/1 870

– на тех. присоединение к объектам

электросетевого хозяйства

1 615/17 862

– на уплату процентов по кредиту

–/2 335

– на развитие центров времяпровождения

детей

750/3 000

– на участие в выставочно-ярморочных

мероприятиях

5 000/20 339

– начинающим субъектам малого

предпринимательства

Рисунок 14 – Сравнительный анализ финансовой поддержки МСП   
в России и Волгоградской области

Отметим, что в России основной целью поддержки МСП остается прямое субсидирование предприятий или обеспечение их финансовыми ресурсами. В то же время в зарубежных стран поддержка направлена на создание благоприятных условий для комфортного функционирования субъектов МСП, а также облегчение их доступа к заемным ресурсам (прежде всего посредством реализации гарантийных программ). В странах с наиболее развитым сегментом МСП (например, в Швейцарии) регулятивные практики сводятся к минимуму: упрощается система регулирования МСП и пересматриваются нормы, предъявляемые к малому и среднему бизнесу, как в производственном секторе, так и в сфере торговли (например, в Великобритании). При этом налоговая политика в отношении малых и средних предприятий отличается особой лояльностью. Ярким примером гибкой налоговой политики по отношению к малому и среднему бизнесу является практика налоговых льгот в области инновационной деятельности, принятая в Великобритании.

Однако в связи с мировым финансовым кризисом национальные правительства зарубежных стран усилили внимание к финансовой поддержке предприятий малого и среднего бизнеса и расширили услуги по предоставлению данным предприятиям государственных гарантий по кредитам (табл.1).

Таблица 1 – Государственная политика поддержки МСП в части повышения

доступности финансирования в зарубежных странах

|  |  |
| --- | --- |
| **Меры государственной поддержки сектора МСП** | **Страна** |
| Увеличение объемов поддержки в виде гарантий по кредитам МСП.  Проведение политики сглаживания отраслевых циклов (предоставление counter-cyclical loans). | Канада, Чили, Дания, Финляндия, Венгрия, Италия, Корея, Нидерланды, Словакия, Словения, Испания, Швейцария, Таиланд, Великобритания, США, Испания. |
| Предоставление особых условий по гарантиям для стартапов. | Канада, Дания, Нидерланды. |
| Увеличение государственных гарантий по экспортным операциям. | Канада, Дания, Финляндия, Нидерланды, Новая Зеландия, Швеция, Швейцария, Испания, Великобритания. |
| Государственное софинансирование (в том числе и через пенсионные фонды). | Швейцария, Ирландия, Дания. |
| Увеличение доли прямого финансирования МСП. | Канада, Чили, Венгрия, Корея, Сербия, Словения, Испания. |
| Субсидирование процентных ставок. | Венгрия, Португалия, Россия, Испания, Турция, Великобритания. |
| Налоговые льготы, отсрочка платежей. | Франция, Ирландия, Италия, Новая Зеландия, Испания, Великобритания, Россия (налоговые льготы для микропредприятий). |
| Специализированные на кредитовании МСБ банки; отрицательная учетная ставка. | Ирландия, Дания. |
| Фондирование Центральным банком кредитных организаций. | Великобритания. |

К наиболее действенным мерам по поддержке МСП, принятым в мировой практике, которые могут быть адаптированы в России, можно отнести:

1. Налоговые льготы МСП приоритетных для экономики страны отраслей, а также предоставление налоговых льгот инвесторам, осуществляющим вложения в малые и средние предприятия. Повышение налоговой самостоятельности муниципалитетов.

2. Упрощение системы регулирования МСП и актуализация норм, предъявляемых к МСП.

3. Обеспечение малому и среднему бизнесу доступа к государственному заказу.

4. Проведение политики поощрения муниципалитетов к реализации собственных программ поддержки МСП.

5. Увеличение объемов государственных гарантий (и размера гарантийного покрытия) по инвестиционным кредитам МСП, в том числе привлечение пенсионных фондов для расширения системы гарантийной поддержки.

6. Предоставление целевых льготных кредитов (в том числе инновационным, экспортоориентированным и производственным предприятиям), а также проведение политики сглаживания сезонных циклов в отношении сельскохозяйственных МСБ.

7. Внедрение специальных программ, поощряющих уже добившихся успеха бизнесменов передавать свой опыт начинающим предпринимателям в обмен на предоставление определенных льгот.

8. Создание гибкой системы государственной поддержки, предусматривающей предоставление денежных средств малым и средним предприятиям в условиях замедления экономики и развитие системы оздоровления МСП.

***Глоссарий***

**Субъекты малого и среднего предпринимательства** – хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными Федеральным законом от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014 г.), к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

**Индивидуальные предприниматели** – «физические лица, зарегистрированные в установленном [порядке](consultantplus://offline/ref=53DE61297C0B4077A57C29E940533E2845C00040F97DC98950BEFCFC8C5324A9766415FE853BD7B014Y9G) и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, главы крестьянских (фермерских) хозяйств. Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, но не зарегистрировавшиеся в качестве индивидуальных предпринимателей в нарушение требований гражданского законодательства Российской Федерации, при исполнении обязанностей, возложенных на них настоящим кодексом, не вправе ссылаться на то, что они не являются индивидуальными предпринимателями» ([ст. 11](consultantplus://offline/ref=465087DF7C0DF6B3FEB778F72D336619CFC66CE3A3628CDFD5A74C734428EFDFB062819A06pCi0K) Налогового кодекса РФ).

**Юридическим лицом** признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно быть зарегистрировано в едином государственном реестре юридических лиц в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных Гражданским кодексом ([ст. 48](consultantplus://offline/ref=F3D2AFF5A81FCE00FE158E409ECE64B6AF417B0BC4072E119FB042D7370C6DE3DEC8557D4241B5yFG) Гражданского кодекса РФ).

**Федеральные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства** – нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации, в которых определяются перечни мероприятий, направленных на достижение целей государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, в том числе отдельных категорий субъектов малого и среднего предпринимательства, и осуществляемых в Российской Федерации, с указанием объема и источников их финансирования, результативности деятельности федеральных органов исполнительной власти, ответственных за реализацию указанных мероприятий.

**Региональные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства** – нормативные правовые акты органов государственной власти субъектов Российской Федерации, в которых определяются перечни мероприятий, направленных на достижение целей государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, в том числе отдельных категорий субъектов малого и среднего предпринимательства, и осуществляемых в субъектах Российской Федерации, с указанием объема и источников их финансирования, результативности деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации, ответственных за реализацию указанных мероприятий.

**Муниципальные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства** – нормативные правовые акты органов местного самоуправления, в которых определяются перечни мероприятий, направленных на достижение целей в области развития малого и среднего предпринимательства, в том числе отдельных категорий субъектов малого и среднего предпринимательства, и осуществляемых в муниципальных образованиях, с указанием объема и источников их финансирования, результативности деятельности органов местного самоуправления, ответственных за реализацию указанных мероприятий.

**Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства** – деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и функционирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, направленные на реализацию мероприятий, предусмотренных федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

Под **инфраструктурой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства** понимается система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) для осуществления закупок товаров, работ, услуг, для обеспечения государственных и муниципальных нужд при реализации федеральных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих условия для создания субъектов малого и среднего предпринимательства, и для оказания им поддержки.

**Источники**

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014). – Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 31. – Ст. 4006.
2. Об агентстве поддержки малого и среднего бизнеса Волгограда: постановление администрации Волгограда от 01.09.1998 г. № 1062. – Консультант Плюс.
3. О долгосрочной муниципальной целевой программе «Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в Волгограде» на 2011–2013 годы: постановление администрации Волгограда от 02.11.2010 г. № 2877 (ред. от 11.06.2014). – Консультант Плюс.
4. О внесении изменений в постановление администрации Волгограда от 02 ноября 2010 г. № 2877 «О долгосрочной муниципальной целевой программе «Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в Волгограде» на 2011–2013 годы»: постановление администрации Волгограда от 11.06.2014 г. № 687. – Консультант Плюс.
5. Агафонов, А.Ю. Тенденции развития финансовой поддержки малого бизнеса / А. Ю. Агафонов // ЭПОС. – 2010. – № 4. – С. 59–63.
6. Александрова, Е.А. Анализ зарубежного опыта поддержки малого предпринимательства / Е.А. Александрова, В.А. Кунин // Российское предпринимательство. – 2011. – № 1. –С. 36–43.
7. Брызгалин, А.В. Налогообложение доходов физических лиц: ответы на сложные вопросы налогоплательщиков и налоговых агентов / А.В. Брызгалин, О.Е. Аникеева, Е.С. Щербакова [и др.] // Налоги и финансовое право. – 2013. – № 3. – С. 36–155, 214–239.
8. Бутенко, А.Я. Оценка конкурентоспособности компании малого бизнеса / А.Я Бутенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 4. – С. 126–134.
9. Власов, И.П. Государственная финансовая поддержка малого и среднего предпринимательства / И.П. Власов // Финансы и кредит. – 2009. – № 9. – С. 22–28.
10. Грузман, В. Программный комплекс готовых решений для малого предпринимательства / В. Грузман // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 11. – С. 63–69.
11. Дашевская, И.Ф. Взаимодействие банковского сектора с субъектами малого и среднего бизнеса / И.Ф. Дашевская // Труд и соц. отношения. – 2009. – № 11. – С. 142–146.
12. Дашевская, И.Ф. Конструктивные схемы взаимодействия банков с малым и средним бизнесом / И.Ф. Дашевская // Труд и соц. отношения. – 2011. – № 1. – С. 125–130.
13. Ершов, Е.Г. Инновационный бизнес – инкубатор в инфраструктуре поддержки малых предприятий / Е.Г. Ершов // Экономика, статистика и информатика. – 2011. – № 2. – С. 55–59.
14. Захарченко, А.А. Поддержка малого предпринимательства и доходный потенциал местных бюджетов / А.А. Захарченко // Финансы. – 2009. – № 3. – С. 37–41.
15. Курбанов, Т.Х. и др. Бюджетное финансирование в государственных программах поддержки малого предпринимательства / Т.Х. Курбанов // Соц. политика и социология. – 2010. – № 6. – С. 77–93.
16. Ладыгин, В.В. Поддержка малого предпринимательства на муниципальном уровне в России: основные этапы и тенденции / В.В. Ладыгин // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2010. – № 4. – С. 32–49.
17. Лядова, Е.В. Особенности инфраструктурной поддержки малого и среднего предпринимательства на разных этапах жизненного цикла / Е.В. Лядова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 6. – С. 105–112.
18. Малый и средний бизнес в 2012 году: международный опыт регулирования и финансирования: аналитический доклад. – М., 2013. – С. 13.
19. Миронов, С. Микрофинансирование – новый инструмент развития малого бизнеса / С. Миронов // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 1. – С. 8–13.
20. Русяева, Е. Разработка программных продуктов для малого предпринимательства: анализ методологических подходов / Е. Русяева // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 4. – С. 102–110.
21. Саак, А.Э. Концептуально-методические основы формирования региональной политики развития и поддержки малого предпринимательства / А.Э. Саак // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – № 5. – С. 48–58.
22. Тихомирова, Е.В. Кредитование малого и среднего бизнеса – перспективное направление кредитной политики банков / Е.В. Тихомирова // Деньги и кредит. – 2010. – № 1. – С. 46–54.
23. Чернобродова, Л.А. Институциональное обеспечение формирования и развития малого инновационного предпринимательства / Л.А. Чернобродова // ЭПОС. – 2011. – № 2. – С. 43–49.
24. Шестакова, Е. Одна рука дает – другая забирает... Будни малого бизнеса / Е. Шестакова // Финансовая газета. – 2014. – № 23–24. – С. 16–17.

***Информационные ресурсы Интернета***

1. В бизнес поневоле // Эксперт on–line [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://expert.ru/2014/01/22/v-biznes-ponevole/
2. Инвестиционный портал Волгоградской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.investvolga.com/small_and_medium_business/> infrastructure/*.*
3. http://www.mspbank.ru/ru/analytical\_center/otchety\_partnerov/niisp/

*Тема:* **Управление финансами и финансовый контроль**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Цель, задачи и особенности управления финансами в малом бизнесе (индивидуальными предпринимателями)
2. Источники формирования ресурсов
3. Управление оборотными средствами
4. Управление расходами
5. Организация финансового контроля

*Цель:*

Оценка и рекомендация методов, дающих возможность эффективно управлять финансовыми ресурсами предпринимателя, осуществлять контроль над использованием и правильным распределением финансовых ресурсов для развития бизнеса.

*Задачи:*

– определить основные цели и задачи управления финансами индивидуальными предпринимателями;

– выделить особенности управления финансами малого бизнеса;

– рассмотреть источники формирования ресурсов;

– проанализировать способы управления оборотными средствами;

– рассмотреть особенности организации финансового контроля для малого бизнеса.

*Компетенции:*

Ф3. Понимать необходимость планирования доходов и расходов при осуществлении предпринимательской деятельности.

Ф7. Понимать роль и место планирования в процессе управления финансовыми ресурсами и осуществления предпринимательской деятельности.

Ф20. Осознавать необходимость внутренней дисциплины и регулярности управления финансами.

И6. Понимать последствия отсутствия диверсификации активов.

И12. Осознавать необходимость сбалансированного использования собственных и заемных средств для эффективной реализации предпринимательской деятельности.

Р3. Понимать сущность финансовых рисков, какими они бывают, и знать способы их минимизации.

Р5. Понимать необходимость иметь финансовую подушку безопасности на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала теме ««Программы поддержки предпринимателей», «Роль бизнес-плана в получении финансирования».

Она дает возможность более полно освоить тему «Способы оптимизации налоговых платежей».

***1. Цель, задачи и особенности управления финансами малого бизнеса   
(индивидуальными предпринимателями)***

Изучение данной темы связано с необходимостью понимания того, что следует знать при ведении бизнеса – индивидуальной предпринимательской деятельности – и как можно применить полученные знания для реализации функций по эффективному управлению финансовыми ресурсами предпринимателя, осуществлению контроля за их использованием и правильным распределением финансовых ресурсов для дальнейшей деятельности.

Индивидуальному предпринимателю приходится самостоятельно управлять бизнесом, учитывая возникающие при ведении бизнеса риски, самому принимать управленческие решения по его развитию и нести полную ответственность всем своим имуществом за результаты своей деятельности.

Один из главных вопросов, решение которого создает трудности как на начальном этапе создания бизнеса, так и в процессе управления им, это вопрос управления финансами, то есть управление финансовыми ресурсами индивидуального предпринимателя, которые часто неразрывно связаны с его личными финансами.

У предпринимателя постоянно возникает необходимость разрешить две основные дилеммы – куда и сколько вкладывать денег и где эти деньги взять. Эти вопросы возникают на любом этапе развития бизнеса, так как они основаны на необходимости взаимоотношений с другими участниками предпринимательской деятельности в процессе ее осуществления (с поставщиками, покупателями, кредитными организациями, государственными органами и хозяйствующими субъектами), что и является основной составляющей финансов предпринимателя.

Давая в целом определение управления финансами, следует отметить, что это последовательная деятельность, осуществляемая с помощью специальных приемов и методов по организации и управлению финансовыми отношениями и финансовыми ресурсами для решения целей и задач, возникающих в процессе ведения бизнеса.

Объектом управления выступают финансовые ресурсы, представленные оборотом денежных средств субъекта хозяйствования, в виде постоянного движения по поступлению денежных средств и их оттоку, т. е. понесенных расходов. Расходы по каждому направлению деятельности должны осуществляться в соответствии с имеющимися источниками ресурсов. К таким источникам относятся собственный капитал и привлеченные средства (для предпринимателей это, как правило, банковские кредиты).

Для достижения целей управления финансами индивидуальному предпринимателю следует найти решение и следующих задач:

* по оптимизации денежных потоков;
* планированию и осуществлению финансового контроля;
* созданию системы учета и отчетности, необходимой для формирования информации, которая позволит принимать своевременные и эффективные управленческие решения.

Деятельность крупных предприятий невозможна без разработки общей стратегии, формируемой на основе комплексной маркетинговой, ценовой, инвестиционной, кредитной и других политик. Предприятия малого бизнеса, к которым чаще всего и относятся индивидуальные предприниматели, документально не фиксируют стратегические цели и тактические задачи развития своего бизнеса. Это связано с тем, что деятельность предпринимателя основана на реализации его внутреннего потенциала и идей с целью удовлетворения собственных потребностей и интересов.

Для того чтобы получить положительный финансовый результат, то есть прибыль, в процессе осуществления предпринимательской деятельности необходимо производить и продавать только то, что нужно потребителю. Для этого следует проводить маркетинговые исследования, хотя бы на простейшем уровне, позволяющие получить первоначальные сведения в том сегменте рынка, который предоставит возможность обеспечить удовлетворение потребностей как будущих потребителей, так и производителя.

Возможность эффективного использования денежных ресурсов, как собственных, так и привлеченных, в долгосрочном и краткосрочном периодах может быть достигнута с помощью такого значительного элемента управления, как финансовое планирование.

Для малого бизнеса любое приобретение основных средств (компьютера или станка) уже инвестиции, так как требуют значительных для предпринимателя вложений, но в то же время они необходимы, так как являются базой для осуществления бизнеса и получения прибыли. Расчет величины инвестируемых средств связан с прогнозированием предполагаемого дохода.

Поэтому важнейшим инструментом, который позволяет дать оценку возможности обеспечения бизнеса основой для его развития и определение источников финансирования, является бизнес-план, который разрабатывается по тем же правилам, но с меньшим содержанием деталей и дополнительных документов.

На решения, принимаемые в процессе управлении финансами малого бизнеса, могут оказать влияние следующие факторы:

– специфика структуры капитала;

– особенность рисков;

– стоимость кредитов;

– отсутствие адекватного для кредитных организаций залогового обеспечения;

– и др.

Под управлением финансами обычно подразумевают управление денежными потоками, которые являются основным источником финансового обеспечения и развития любого бизнеса.

Необходимо выделить три основные задачи в управлении финансами малого бизнеса (индивидуального предпринимателя). Первое направление – это определение общих целей финансовой стратегии малого бизнеса, которые связаны с эффективностью выбранного вида деятельности (прибыльностью и рентабельностью), а также способностью своевременно отвечать по своим обязательствам, как перед коммерческими организациями, так и перед государством (ликвидность и платежеспособность).

Второе связано с формированием и управлением финансовых взаимоотношений, обеспечивающих оптимальные денежные потоки по всем видам деятельности.

Третье направлено на управление источниками финансирования внеоборотных активов и их использование, то есть обеспечение активами и имуществом для осуществления деятельности.

Основное направление в управлении финансами индивидуального предпринимателя можно определить как необходимость применения рационального и соразмерного формирования и распределения финансовых ресурсов.

Таким образом, планируя заниматься бизнесом, следует помнить, что управление финансами достаточно сложный процесс, который требует определенных знаний. Именно предприниматель сам принимает решения по привлечению и использованию финансовых ресурсов, по установлению цены на производимую/продаваемую продукцию и распределению полученной прибыли. Чаще всего он не имеет специального финансового или экономического образования, но должен вырабатывать политику поведения на рынке исходя из приобретенного опыта работы в данной сфере, собственного предпринимательского чутья и наличия денежных средств.

Поэтому необходимо выделить наиболее важные направления финансового управления своим бизнесом.

На этапе становления бизнеса для индивидуальных предпринимателей актуальными вопросами управления финансами являются: формирование и привлечение капитала, распределение финансовых ресурсов, контроль за их использованием, учет и планирование финансов и т. д.

Возникающие проблемы индивидуальным предпринимателям приходится решать исходя из величины бизнеса и его ограниченного потенциала.

Управление финансами индивидуального предпринимателя основано на выделении основных финансовых показателей, организации и ведении учета и отчетности в соответствии с законодательством, контроле за поступлением и расходованием финансовых средств, выполнении обязательств перед государством и другими субъектами хозяйствования. Поэтому задача предпринимателя не только заниматься текущими делами, но и двигаться вперед, видеть перспективы роста своего бизнеса. Поэтому основной критерий управления бизнесом определяется в обеспечении его эффективности и конкурентоспособности, что имеет особенно важное значение для предприятий малого бизнеса, так как без соблюдения этих условий невозможно рассчитывать на успех.

К особенностям законодательного регулирования деятельности предпринимателей без образования юридического лица относится предоставление определенных льгот в организации и ведении учета, а также применение специальных налоговых режимов (ЕСХН, УСН, ЕНВД, ПСН).

Основой управления финансами любого хозяйствующего субъекта является формирование и наличие достоверной и актуальной информации, которая основана на данных бухгалтерского (финансового) учета и отчетности.

Однако, на основании положений п. 2 ст. 6 Федерального закона «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.) индивидуальные предприниматели, если в соответствии с законодательством РФ о налогах и сборах они ведут учет доходов или доходов и расходов и (или) иных объектов налогообложения либо физических показателей, характеризующих определенный вид предпринимательской деятельности, то им дана возможность не осуществлять бухгалтерский учет [3].

Но и в этом случае они обязаны вести учет доходов или доходов и расходов и (или) иных объектов налогообложения либо физических показателей в Книге учета доходов и расходов, в которую построчно и в хронологическом порядке записываются все доходы и расходы, подсчитываются итоги и определяются прибыль или убыток.

То есть в зависимости от системы налогообложения предприниматель обязан вести учет на основе:

* Книги учета доходов и расходов и хозяйственных операций индивидуального предпринимателя при применении общей системы налогообложения (ОСНО);
* Книги учета доходов и расходов при использовании единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН);
* Книги учета доходов и расходов при осуществлении деятельности попадающей под упрощенную систему налогообложения (УСН);
* Книги учета доходов при применении патентной системы налогообложения (ПСН).

Единственная налоговая система, при которой предприниматель может не вести учет доходов или доходов и расходов, это ЕНВД, так как данная система не предусматривает такой учет. При формировании налоговой декларации по ЕНВД предпринимателем указываются физические показатели, которые являются основой определения налога, поэтому применение этой системы предполагает ведение учета только физических показателей.

В любом случае ведется ли полноценный бухгалтерский учет или упрощенная система регистрации и учета хозяйственных операций, должна формироваться достоверная информация о финансовой и хозяйственной деятельности предпринимателя, которая позволит осуществлять управление финансами.

***2. Источники формирования ресурсов***

Следует отметить, что для правильной расстановки акцентов в управлении деятельностью любого предприятия нужно начинать с формирования необходимого размера ресурсов для ее осуществления.

Финансовые ресурсы индивидуального предпринимателя основаны в первую очередь на денежных поступлениях и накоплениях, которые находятся у него как у физического лица, их назначение – не только исполнение обязательств перед контрагентами, но и для продолжения и расширения бизнеса.

Специфика управления финансами индивидуального предпринимателя связана с тем, что, с одной стороны, присутствуют соответствующие характеристики и признаки личных финансов, а с другой – общие характеристики управлением финансами коммерческих организаций, объясняемые тем, что получение дохода является основной целью предпринимательской деятельности.

Малый бизнес работает во внешней среде правового, нормативного характера, которая оказывает действие на деятельность индивидуального предпринимателя. К ним относятся действия указов президента, постановлений Правительства РФ и других актов федеральных, региональных и местных органов власти.

Основой информационного обеспечения системы финансового управления малым бизнесом является любая информация, имеющая финансовый характер. К ней относится:

– бухгалтерская отчетность;

– информация о банковской системе;

– данные о конъюнктуре рынка;

– прочая информация.

На начальном этапе развития бизнеса основным источником формирования финансовых ресурсов предпринимателя являются:

– личные сбережения;

– кредиты и займы коммерческих банков (см. «Выбор источников финансирования»);

– субсидии из федерального, регионального бюджетов на поддержку малого бизнеса (см. «Программы поддержки предпринимателей»).

К финансовым ресурсам индивидуальных предпринимателей относятся денежные доходы, а также поступления и накопления домашнего хозяйства, лица, которое осуществляет предпринимательскую деятельность, назначение которых – обеспечение финансами этой деятельности и удовлетворение других потребностей домохозяйства.

Отличие структуры и состава финансовых ресурсов домашнего хозяйства, связанного с предпринимательской деятельностью, от финансовых ресурсов других типов домашних хозяйств основано на том, что часть полученного общего дохода направляется в бизнес плюс дополнительные поступления за счет других займов. Различие в структуре финансов зависит и от сроков осуществления бизнеса: только организуется собственное дело или бизнес индивидуального предпринимателя уже действует.

Основную долю в источниках первоначального финансирования бизнеса предпринимателя составляют его личные средства (сбережения). Это связано в первую очередь с тем, что коммерческие банки очень редко предоставляют кредиты индивидуальным предпринимателям для открытия собственного бизнеса. Основными причинами являются наличие высоких рисков кредитных организаций при кредитовании нового бизнеса, так как отсутствует любая, в том числе и положительная кредитная история по данному заемщику, недостаточное залоговое обеспечение или его отсутствие, а также зависимость получения доходов предпринимателей от колебания рыночных факторов. Возможность получения кредитов предпринимателями без образования юридического лица обеспечивается предоставлением дополнительных гарантий региональными и муниципальными программами поддержки малого бизнеса.

В результате осуществления текущей деятельности основным источником финансирования деятельности индивидуальных предпринимателей является совокупный доход, формируемый за счет доходов, получаемых от предпринимательской деятельности. На его величину влияет изменение объема продаж товаров и услуг, доходов от продажи имущества, и доходов, полученных от финансовых операций, а также уровень цен. Совокупный доход уменьшается на величину фактически произведенных и документально подтвержденных расходов индивидуального предпринимателя, связанных с ведением бизнеса. К расходам относятся – амортизация, материальные расходы, расходы на оплату труда наемных работников и взносы во внебюджетные фонды, страховые взносы, уплачиваемые за самого предпринимателя, прочие расходы.

Прибыль ИП – основной ресурс пополнения оборотных и личных средств. Распределение прибыли должно быть основано на разумном подходе, для того чтобы уменьшить вероятность использования полученных доходов на личное потребление, так как продолжение деятельности может быть под угрозой без достаточного финансового обеспечения. Соблазн расходования полученных средств достаточно высок, особенно в начале формирования бизнеса, и может поставить под угрозу весь бизнес.

Основными направлениями использования финансовых ресурсов индивидуальных предпринимателей являются:

* расширение бизнеса;
* погашение обязательств поставщикам, заимодавцам;
* уплата налогов и сборов в бюджет и внебюджетные фонды;
* личное потребление и личные (семейные) сбережения.

Особенностью осуществления предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя является возможность ее прекращения практически в любой момент времени по желанию предпринимателя, а все полученные доходы могут быть использованы на личное потребление и создание личных сбережений только после погашения всех обязательств.

Таким образом, финансам индивидуальных предпринимателей выделено особое место в составе личных финансов или финансов домохозяйств. Гражданин, как собственник небольшого бизнеса, выступает в наиболее простом и наиболее распространенном виде индивидуального предпринимателя.

К взаимоотношениям по привлечению и использованию заемных средств относятся:

* получение отсрочки платежа за реализованные (приобретенные) товары, работы, услуги;
* предоставление или возврат заемных средств контрагентам, а также получение или уплата процентов в связи с этим;
* получение и возврат банковских кредитов, а также процентов по ним, которые использовались индивидуальным предпринимателем для осуществления деятельности;
* внесение страховых взносов страховым организациям для обеспечения бесперебойной предпринимательской деятельности, а также получение страхового возмещения с целью покрытия возникшего ущерба по страховым случаям.

В целях диверсификации деятельности и для получения дополнительного дохода индивидуальные предприниматели могут принимать участие и в деятельности других коммерческих организаций, которое состоит в приобретении акций, облигаций, путем внесения доли в уставный капитал. Индивидуальный предприниматель может быть полным товарищем хозяйственного товарищества, получать доходы от осуществления совместной деятельности. Развитие финансового рынка влияет и на развитие индивидуального бизнеса, например, брокерской, дилерской деятельности, осуществляемой индивидуальными предпринимателями.

У индивидуальных предпринимателей, также как и у коммерческих организаций, наиболее развитыми являются отношения с коммерческими организациями и другими индивидуальными предпринимателями, поскольку основной целью их деятельности также является извлечение предпринимательского дохода.

Финансовые взаимоотношения индивидуальных предпринимателей с некоммерческими организациями возникают в связи с оплатой предоставленных им гарантий для получения банковского кредита (например, с фондами поддержки малого бизнеса), внесением членских взносов в союзы для защиты их профессиональных интересов (например, саморегулируемые организации, союзы предпринимателей).

Особенности финансовых взаимоотношений индивидуальных предпринимателей с государственными органами состоят в особом порядке уплаты налогов и обязательных платежей (уплата государственной пошлины, таможенных платежей при условии осуществлении ввоза (вывоза) товаров, введение специальных режимов налогообложения), лицензировании отдельных видов деятельности и получении средств из бюджетов бюджетной системы в рамках финансовой поддержки.

Выступая в качестве работодателя, индивидуальный предприниматель уплачивает за наемных работников страховые взносы на обязательное социальное страхование, исчисляет, удерживает и перечисляет налог на доходы физических лиц. С целью создания привлекательных условий для наемных работников индивидуальные предприниматели могут выплачивать им премии, материальную помощь, оплачивать за работников услуги ЖКХ, транспортные затраты, перечислять взносы на добровольное пенсионное, медицинское страхование.

***3. Управление оборотными средствами***

Политике управления денежными средствами в предпринимательской деятельности и крупного и малого бизнеса отводится одно из основных мест, значение которого может быть определено следующими причинами:

* денежные средства направляются на выполнение текущих операций и, так как между входящими и исходящими денежными потоками всегда есть временной шаг, предприниматель должен постоянно иметь денежные средства для осуществления расчетов;
* предприниматели, особенно индивидуальные (физические лица), не имеют жестко определенных рамок, поэтому денежные средства могут быть востребованы для погашения платежей, непосредственно не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
* временно свободные денежные средства могут быть вложены в различные финансовые инструменты (акции, облигации, иностранную валюту, драгоценные металлы и т. д.) с целью получения дополнительного дохода.

Но отвлечение части финансовых ресурсов в виде денежных средств как необходимого запаса предполагает определенные потери, которые можно определить как размер упущенной выгоды от участия в каком-либо доступном инвестиционном проекте или вклада на краткосрочный период. Поэтому необходимо учитывать два взаимно исключающих обстоятельства: поддержание текущей ликвидности (платежеспособности) и получение дополнительной прибыли от вложения свободных денежных средств.

Поэтому основной задачей управления денежными ресурсами является оптимизация их среднего текущего остатка.

Управление денежными средствами в малом бизнесе касается всех основных аспектов управления деятельностью и определяется следующими направлениями:

* учет движения денежных средств;
* анализ потоков денежных средств;
* составление бюджета денежных средств.

Необходимость управления денежными средствами имеет важное значение при:

* оценке краткосрочных потребностей в наличных средствах и управлении запасами;
* открытии и расширении бизнеса путем финансирования за счет собственных средств и/или кредитов банка;
* управлении затратами и более рациональном использовании ресурсов в процессе производства;
* управлении экономическим ростом.

Расчет минимально необходимой суммы денежных активов (без учета их резерва в форме краткосрочных финансовых вложений) основывается на планируемом денежном потоке по текущим хозяйственным операциям.

Минимально необходимая потребность в денежных активах для осуществления текущей хозяйственной деятельности может быть определена по следующей формуле:

.

Расчет минимально необходимой потребности в денежных активах для осуществления текущей хозяйственной деятельности может быть осуществлен и иным методом по следующей формуле:

,

где ДСост – остаток денежных активов на конец отчетного периода;

ОДОплвн – планируемый объем денежного оборота;

ОДОфакт – фактический объем денежного оборота.

Увеличение притока денежных средств может быть обеспечено за счет:

* расширения ассортимента продукции, товаров, работ и услуг;
* реструктуризации дебиторской задолженности;
* использования частичной предоплаты;
* привлечения внешних источников краткосрочного финансирования;
* разработки системы скидок для покупателей;
* поиска стратегических партнеров или потенциального инвестора.

Снижение оттока денежных средств может быть достигнуто при применении следующих мер:

* сокращении затрат;
* отсрочки платежей по обязательствам;
* использовании скидок поставщиков;
* оптимизации налогообложения;
* введении взаимозачетов;
* применении долгосрочных контрактов, предусматривающих скидку или отсрочку платежей.

В процессе внешних причин, а также внутренних, связанных чаще всего с неквалифицированным управлением денежными средствами, возможен их недостаток при наступлении срока для выполнения обязательств по их погашению и осуществлению текущей деятельности. К таким причинам следует отнести:

* снижение объема продаж;
* неплатежи или несвоевременные платежи покупателей;
* усиление конкурентного давления со стороны других предпринимателей;
* высокую стоимость заемных средств;
* рост цен на основные энергоносители;
* потери от экспорта из-за колебаний обменного курса;
* усиление налогового давления;
* инфляцию.

Негативными последствиями недостатка денежных средств являются:

* + увеличение кредиторской задолженности по всем видам обязательств (перед поставщиками, банками, бюджетом и внебюджетными фондами), что связано с предъявлением штрафных санкций;
  + рост доли просроченной кредиторской задолженности;
  + несвоевременная выплата работникам заработной платы;
  + изменение сроков поставки сырья и материалов в сторону их увеличения.

Решением вопроса о снижении дефицита денежных средств является программа действий по совершенствованию взаимоотношений с контрагентами в части управления дебиторской и кредиторской задолженностью.

Эффективное управление дебиторской задолженностью необходимо осуществлять с помощью оценки и контроля по следующим направлениям:

* контроль за соблюдением сроков и полноты погашения дебиторской задолженности в соответствии с договорными обязательствами;
* оценка платежеспособности покупателей, так как расчеты с ними формируют основную массу дебиторской задолженности по различным признакам;
* анализ используемых видов расчетов с покупателями и возможность их унификации;
* разработка системы принятия мер к недобросовестным или неисполнительным покупателям и др.

Контроль за дебиторской задолженностью основан на делении дебиторской задолженности по срокам ее возникновения в днях. Наиболее распространенная группировка дебиторской задолженности по следующим периодам:

* 0–30;
* 31–60;
* 61–90;
* 90–120;
* свыше 120.

При управлении дебиторской задолженностью необходимо руководствоваться политикой кредитования покупателей, основные положения которой можно сформулировать следующим образом:

* определение срока предоставления товарного кредита (т. е. предоставление покупателям отсрочки платежа). Определяя договором максимально допустимый срок оплаты поставленной продукции, следует принимать во внимание как правовые аспекты заключения договоров поставки, так и экономические последствия того или иного варианта (в частности, учет влияния инфляции);
* выбор критериев оценки кредитоспособности покупателя, которые включают как на стандартные показатели финансовой устойчивости, так и индивидуальные данные о том, насколько надежен покупатель при выполнении условий договора, в том числе в отношении предоставляемой скидки, размера партии продукции, форм оплаты и других, которые могут меняться;
* процесс погашения платежей на основе определения процедур взаимодействия при нарушении условий оплаты;
* установление значений показателей, характеризующих существенность нарушений;
* разработка системы по предупреждению действий недобросовестных контрагентов;
* разработка системы скидок.

Применение системы скидок эффективно в тех случаях, когда:

* снижение цены влияет на рост продаж при такой структуре затрат (высокая доля постоянных затрат), которая позволяет увеличить размер общей прибыли от реализации данной продукции;
* использование системы скидок позволит не снижать приток денежных средств в условиях дефицита. Особенность ведения бизнеса индивидуальным предпринимателем позволяет снизить цены в краткосрочном периоде вплоть до отрицательного финансового результата от проведения конкретных сделок;
* предлагаемая система скидок за ускорение срока оплаты более эффективна, чем система штрафных санкций за просроченную оплату.

В целях управления финансами состав запасов в малом бизнесе имеет большое значение в отличие от крупных предприятий, но также важна и сумма денежных средств, закрепленных в запасах.

Следовательно, в процессе управления возникает необходимость контроля за состоянием запасов и на этой основе разработка мероприятий, основанных на минимизации затрат по содержанию запасов.

Формирование необходимого размера материальных запасов определено графиком производства продукции и оказания услуг, позволяя варьировать сроки и размеры закупок.

В том случае, если определенного вида запасов временно нет или недостаточно, есть возможность потерять покупателя за счет невыполнения объемов производства и продаж, как сегодня, так и в будущем. Эти причины характеризуют необходимость поддерживать оптимальный размер запасов.

Для малого бизнеса практически нереально без определенных потерь поддерживать увеличенный объем запасов, хотя предприниматель получает определенную свободу в осуществлении закупок и возможность ускорить выполнение заказов.

Но излишние запасы увеличивают и затраты, связанные с содержанием запасов, включая расходы на хранение и перевозку. В этом случае упущенная выгода от потери средств, направленных на формирование избыточных запасов, а соответственно, угроза потери товарного вида, естественной убыли, может быть весьма значительной.

Рост запасов должен быть ограничен величиной полученной экономии, по отношению к общим затратам по использованию и хранению запасов.

Определение необходимого размера запасов связано с их нормированием, которое заключается в определении нормативных значений запасов, которые создаются по следующим видам запасов:

* текущий запас создается как основной вид запаса, который должен обеспечивать обязательный для беспрерывной работы между двумя очередными закупками;
* страховой запас является следующим видом запаса, который формируется для создания дополнительного запаса, обеспечивающего непрерывную работу, и обычно принимается не больше 50% текущего запаса;
* транспортный – при возможной ситуации превышения сроков доставки по сравнению со сроками документооборота при удалении от поставщиков на значительные расстояния;
* технологический запас – в тех случаях, когда сырье необходимо предварительно обрабатывать до передачи в производство;
* создание подготовительного запаса основано с затратами времени на приемку, разгрузку, сортировку и складирование.

Эффективное управление материальными запасами направлено на ускорение оборачиваемости данной категории оборотных средств, снижение затрат по хранению запасов, а также снижения риска его порчи.

Следовательно, политика управления запасами направлена на определение оптимального объема заказываемой партии и какой объем является минимально необходимым. В целях управления финансами запасы в момент их хранения на складе до отпуска в производство являются отвлеченными средствами из оборота, которые приводят к прямым и косвенным потерям. Прямые потери связаны с оплатой дополнительных источников финансирования, хранением и содержанием запасов и др. Косвенные потери – это потери «упущенных возможностей» получения дохода от вложения данных средств в альтернативный проект.

***4. Управление расходами***

Комплекс функций управления, связанных с мероприятиями по повышению эффективности использования всех производственных ресурсов, не сводится только к уменьшению затрат, но распределяется на все элементы управления ими.

Основой управления затратами является правильное определение объема всех затрат, связанных с осуществлением определенного вида деятельности (производства продукции, оказание услуг, продажа товаров) и формированием конкретного результата наиболее экономичным способом.

Управление затратами осуществляется на основе:

* прогнозирования и планирования затрат;
* учета и их оценки (сравнение фактических с запланированными, выявление отклонений, принятие оперативных мер по их ликвидации) при подготовке информации для принятия правильных управленческих решений;
* анализа затрат для оценки эффективности использования всех ресурсов.

В процессе управления затратами необходимо на первом этапе определить структуру затрат и дать оценку их динамики. Второй этап позволяет выделить существенные и контролируемые затраты, оценка которых даст возможность определить потенциал экономии по статьям затрат и снизить влияние неблагоприятных факторов.

Состав расходов индивидуального предпринимателя в связи с ведением предпринимательской деятельности максимально приближен к расходам коммерческих организаций, но при этом может и отличаться от расходов организаций со статусом юридического лица. Так, у значительной части предпринимателей без образования юридического лица, которые осуществляют семейный бизнес, где не используется наемная рабочая сила и не формируется фонд оплаты труда, отсутствует эта статья расходов. Оплата труда членов семьи включается в предпринимательский доход наравне с доходом от осуществления деятельности. При использовании жилого помещения и другого имущества домохозяйства для производственной деятельности, ремонт и содержание объектов недвижимости, транспортных средств, коммунальные платежи и некоторые другие расходы на предпринимательские цели могут покрываться за счет семейного бюджета.

Расходы индивидуального предпринимателя – это издержки, которые выплачены фактически, подтверждены документально и непосредственно взаимосвязанные с извлечением прибыли от предпринимательской деятельности. Существующее законодательство обязывает предпринимателя учитывать свои доходы и расходы для проверки соблюдения положений применяемой системы налогообложения. Это удобно и для предпринимателя, которому эта проверка необходима для отслеживания производительности компании.

Периодичность проведения оценки финансового положения индивидуального предпринимателя позволит заблаговременно выявить проблемы в бизнесе и провести необходимые действия для их урегулирования, а благодаря анализу поможет определить точное направление, требующее быстрого реагирования и четкого контроля в сложившейся ситуации.

К основным [расходам индивидуальных предпринимателей](http://web-konspekt.ru/627-finansovye-resursy-individual-nyh-predprinimateley.html) относятся расходы, связанные с предпринимательской деятельностью и расширением бизнеса (пополнение оборотных активов, приобретение объектов недвижимости, оборудования, транспортных средств и других материальных и нематериальных активов, вложения в НИОКР).

В зависимости от вида деятельности в себестоимость могут включаться транспортные расходы, покупка необходимого для производственного процесса, аренда, коммунальные платежи и небольшой запас на случай непредвиденных расходов, например, переделку брака. В том случае, если этот запас не будет использован в течение месяца, его можно будет перенести на другие цели.

К затратам, непосредственно не связанным с основным видом деятельности, относятся расходы на оплату рекламы, на текущий ремонт помещения, автотранспорта, используемого в производственных целях, оплачиваются необходимые мероприятия, например, презентации.

Расходы, связанные с оплатой труда, в малом бизнесе составляют наибольший удельный вес в общем объеме – около 40-50%, при оказании мелких бытовых услуг и торговли – до 80%. Поэтому средства, выделяемые на оплату труда, и начисленные с этой суммы налоги и сборы должны учитываться отдельно.

Предложенная модель управления финансами индивидуальных предпринимателей позволит начинающему предпринимателю развивать свое дело и получать стабильный и высокий доход.

Малый бизнес обладает сравнительно небольшим потенциалом финансовых ресурсов, но часто вполне достаточным для осуществления своих стратегических целей.

***5. Организация финансового контроля***

Финансовый контроль призван обеспечить соблюдение финансового законодательства и финансовой дисциплины всеми экономическими субъектами, а также эффективность их финансовых операций.

Он включает в себя контроль за соблюдением финансового законодательства в процессе формирования и использования фондов денежных средств, оценку экономической эффективности финансовых хозяйственных операций и целесообразности произведенных расходов.

Финансовый контроль призван обеспечивать интересы и права как государства и его учреждений, так и всех других экономических субъектов. Финансовые нарушения влекут санкции и штрафы. При помощи финансового контроля решаются следующие задачи:

* оказание помощи по уравновешению потребностей в финансовых ресурсах и размерами денежных доходов ИП;
* обеспечение своевременности и полноты выполнения финансовых обязательств перед государственным бюджетом, выявление внутренних резервов роста финансовых ресурсов, в том числе по снижению себестоимости и повышению эффективности бизнеса;
* содействие рациональному расходованию материальных ценностей и денежных ресурсов, а также правильному ведению бухгалтерского учета и отчетности;
* обеспечение соблюдения законодательства и нормативных актов (в области налогообложения ИП);
* содействие высокой отдаче внешнеэкономической деятельности предприятий, в том числе по валютным операциям.

Непосредственным объектом проверок выступают такие финансовые (стоимостные) показатели, как прибыль, доходы, налог на добавленную стоимость, рентабельность, себестоимость, издержки обращения, налоги, отчисления от суммы заработной платы во внебюджетные фонды. Контроль является элементом государственного принуждения, поскольку законом предусмотрены различные формы ответственности за неисполнение бюджетно-налогового законодательства.

Сферой финансового контроля являются практически все операции, совершаемые с использованием денег, а в некоторых случаях и без них (бартерные сделки и т. п.). Необходимым условием эффективности финансового контроля является система бухгалтерского учета, обеспечивающая достоверность и полноту отражения движения стоимостных показателей деятельности подотчетного юридического и физического лица. Только при таком условии результаты финансового контроля дают возможность для анализа и объективной оценки динамики финансовой политики показателей и корректировки хода реализации финансов на определенный период развития хозяйствующего субъекта.

Основной целью финансового контроля является устранение или предотвращение ошибок в деятельности субъекта и ее улучшение. Внутренний финансовый контроль проводится самим предпринимателем для оценки эффективности и целесообразности денежных затрат, как собственных, так и заемных средств; анализируются и сопоставляются фактические финансовые результаты с прогнозируемыми; контролируется финансовое состояние.

Финансовый контроль для индивидуального предпринимателя основан на выполнении требований законодательства в части формирования показателей для определения налогооблагаемой базы при применяемой системе налогообложения и отражения их в налоговых декларациях, правильности отражения движения денежных средств как в наличной, так безналичной форме, правильности проведения расчетов с наемными работниками и точности и своевременности расчетов по налогам и сборам с бюджетом и внебюджетными фондами.

Следует помнить, что каждый регион устанавливает величину минимальной заработной платы в зависимости от размера прожиточного минимума трудоспособного населения данного региона с учетом поправочного коэффициента. Оплата труда работников, занятых во внебюджетном секторе экономики, в том числе и занятых у индивидуальных предпринимателей, не должна быть меньше установленной величины за данный период времени.

Размер минимальной заработной платы в Волгоградской области изначально основан на положениях Регионального соглашения № С-111/10 о минимальной заработной плате в Волгоградской области, принятого 28.07.2010 г., и устанавливается Постановлением Правительства Волгоградской области «Об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения Волгоградской области …» за каждый квартал текущего года для внебюджетного сектора экономики в размере 1,2 величины прожиточного минимума трудоспособного населения Волгоградской области.

Следует отметить, что индивидуальным предпринимателям разрешено не вести бухгалтерский учет в соответствии с положениями ФЗ «О бухгалтерском учете», но учет доходов и расходов они обязаны осуществлять. Обязательным является ведение учета расчетов по оплате труда с наемными работниками с учетом требований Трудового кодекса РФ, а также операций по учету рабочего времени и расчетов по начислению и удержанию из заработной платы.

Особое значение имеет осуществление контроля за движением наличных денежных средств и их сохранностью.

С 1 июня 2014 года действует Указание Банка России «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства» от 11.03.14 г. № 3210-У [6], которым регулируется ведение кассовых операций.

Основные принципы и требования по оформлению кассовых операций остались без изменения, но индивидуальным предпринимателям разрешено не применять лимит остатка наличных, не составлять кассовые документы и не вести кассовую книгу. В остальных случаях предприниматели обязаны полностью соблюдать правила ведения кассовых операций.

Данное послабление относится не ко всем индивидуальным предпринимателям, а только к тем, кто согласно положениям налогового законодательства осуществляет учет доходов или доходов и расходов, или иных объектов налогообложения, или физических показателей, то есть применяет ЕСХН, УСН, ЕНВД ИЛИ ПСН.

Но в целях укрепления дисциплины кассиров и контроля при работе с наличными денежными средствами индивидуальные предприниматели могут устанавливать лимит остатка денежных средств.

Если лимит будет установлен индивидуальным предпринимателем добровольно, то это будет его внутренний документ, и превышение такого лимита не должно грозить никакими санкциями. Но в таком случае индивидуальный предприниматель должен соблюдать все нормы и требования, связанные с расчетом, утверждением и применением лимита остатка наличных денег и выполнять все требования по ведению кассовых операций.

При превышении установленного размера лимита остатка наличных денежных средств в кассе предусмотрена административная ответственность согласно статье 15.1 КоАП РФ [1]. Размер штрафа составляет для индивидуальных предпринимателей и должностных лиц от 4 до 5 тысяч руб., для юридических лиц – от 40 до 50 тысяч рублей.

Основная цель использования кассовой книги – учет и контроль денежных потоков, которые проходят через кассу индивидуального предпринимателя в связи с его предпринимательской деятельностью.

В том случае, если движение наличных денежных средств оформляется документально, то по кассе должна быть проведена любая операция по приходу и расходу.

Только «расход по кассе» нельзя путать с расходом по предпринимательской деятельности.

*Например, если из кассы индивидуальный предприниматель взял 100 тысяч рублей, которые могут быть потрачены как на его личные нужды, так и на осуществление бизнеса, это будет являться расходом по кассе, который оформляется расходным кассовым ордером, и эту операцию нужно отразить в кассовой книге. А в Книге учета доходов и расходов в данный момент отражать нечего, так как у индивидуального предпринимателя в этой ситуации пока нет никаких расходов.*

*На следующий день на эти деньги приобретено канцелярских товаров на 1,5 тыс. рублей канцелярских товаров. В этом случае это будет являться расходом по предпринимательской деятельности, который отражаем в Книге учета доходов и расходов – 1,5 тыс. рублей. Через неделю на 20 тыс. рублей приобретен товар для дальнейшей перепродажи, который также относится к расходу, связанному с осуществлением предпринимательской деятельности, он должен быть отражен в Книге учета доходов и расходов. Остальные 70 тыс. рублей потрачены на личные нужды, поэтому к расходам по ведению бизнеса они уже не относятся и никуда не записываются.*

Но есть операции, на оплату которых денежные средства должны быть выданы только из кассы:

* зарплата работникам;
* выдача денег работнику под отчет.

## Индивидуальный предприниматель должен соблюдать правила выдачи денег под отчет.

Процедура выдачи наличных денег под отчет на расходы, связанные с осуществлением деятельности, основана на заявлении подотчетного лица с резолюцией руководителя, в котором указывается и сумма и срок, на который выдаются деньги, и визируется индивидуальным предпринимателем разрешительной записью.

В Указания от 11.03.14 г. № 3210-У [6] внесены изменения, касающиеся оформления кассовой книги: листы кассовой книги должны быть прошиты, пронумерованы, заверены подписью руководителя и главного бухгалтера и скреплены печатью – «исключено». Порядок хранения кассовых документов и кассовой книги определяет руководитель организации или индивидуальный предприниматель.

При разрешении неприменения ККТ вместо ККТ используются бланки строгой отчетности (БСО) при оказании услуг населению, а также товарные чеки и иные аналогичные документы, подтверждающие оплату при ЕНВД или ПСН.

В настоящее время индивидуальный предприниматель может самостоятельно выбирать методику расчета лимита остатка денежных средств в кассе.

В Указании Центрального банка Российской Федерации от 7 октября 2013 г. № 3073-У «Об осуществлении наличных расчетов» [7] уточнен список целей, на которые допустимо расходовать наличную выручку, и определены случаи, когда лимит расчетов наличными может быть не соблюден.

Вместо «зарплаты и иных выплат работникам» теперь указаны «выплаты работникам, включенные в фонд оплаты труда, и выплаты социального характера».

Индивидуальному предпринимателю предоставлено право использовать наличные деньги на личные (потребительские) нужды, не связанные с предпринимательской деятельностью.

При этом ни заявление на выдачу денег под отчет, ни авансовый отчет не требуются.

За нарушение порядка работы с денежной наличностью налоговые органы могут оштрафовать предпринимателя на основании статьи 15.1 КоАП РФ [1] по нарушениям, указанным в этой статье.

Величина лимита наличных расчетов не изменилась и составляет 100 000 рублей по одному договору между двумя компаниями, двумя ИП или между компанией и предпринимателем.

Таким образом, управление финансами индивидуального предпринимателя, как и любого другого хозяйствующего субъекта, направлено на обеспечение эффективности деятельности, максимизацию прибыли предпринимателя и улучшение его финансового состояния

***Глоссарий***

**Банковский кредит** – средства, предоставляемые клиенту для целевого использования на установленный срок и под определенный процент.

**Безнадежные долги** – это долги, по которым истек срок исковой давности, долги, которые невозможно получить на основании акта государственного органа или вследствие ликвидации организации.

**Выручка от продаж** – материальные ценности в денежном выражении либо денежные суммы, полученные в результате коммерческой или предпринимательской деятельности после реализации (продажи) товаров и услуг.

**Дебиторская задолженность** – это сумма долгов, причитающихся предприятию от юридических и физических лиц при финансовых отношениях с ними.

**Денежные активы** – сумма денежных средств, находящихся в распоряжении организации на определенную дату.

**Денежный поток** – это поступления (положительный денежный поток) и расходования (отрицательный денежный поток) денежных средств в процессе осуществления производственно-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя.

**Дисконтирование стоимости** – процесс приведения будущей стоимости денег к настоящей их стоимости.

**Долгосрочные финансовые обязательства** – все виды используемых организацией заемных финансовых средств со сроком погашения более года.

**Заемный капитал** – денежные средства и другое имущество, привлекаемые для финансирования развития индивидуального предпринимателя на платной и возвратной основе.

**Запасы** – это товары, приобретенные для перепродажи или используемые для производства других товаров с целью их дальнейшей перепродажи.

**Затраты** – выраженные в денежной форме расходы, которые предприятие малого бизнеса (индивидуальный предприниматель) несет в процессе своей производственно-хозяйственной деятельности.

**Инструменты финансовые** – это операции, в основе которых лежат финансовые активы и обязательства и которые оформлены договором (имеют форму контракта).

**Косвенные потери** – это потери «упущенных возможностей» получения дохода от вложения данных средств в альтернативный проект.

**Краткосрочные финансовые обязательства** – все виды заемных финансовых средств со сроком погашения основной суммы долга до одного года.

**Ликвидность** – это возможность активов предприятия превращаться в денежную форму без потери своей текущей стоимости в условиях сложившейся рыночной конъюнктуры.

**Обязательства** – совокупность финансовых требований к организации, индивидуальному предпринимателю, подлежащих погашению в предстоящем периоде.

**Платежеспособность** – оценивается системой показателей, характеризующих его способность расплатиться по своим краткосрочным обязательствам своими оборотными активами, в зависимости от ликвидности последних.

**Подготовительный запас** – запас, который связан с необходимостью приемки, разгрузки, сортировки и складирования.

**Предпринимательский риск** – связан с потерей прибыли в результате снижения объема продаж, обусловленного падением спроса и цен на реализуемую продукцию.

**Прямые потери** – потери, которые связаны с оплатой дополнительных источников финансирования, хранением и содержанием запасов и др.

**Страховой запас** – вид запаса, создается на случай непредвиденных отклонений в снабжении и обеспечивает непрерывную работу предприятия, он обычно принимается в размере 50% текущего запаса;

**Текущий запас** – основной вид запаса, необходимый для бесперебойной работы предприятия между двумя очередными закупками.

**Технологический запас –** запас, которыйсоздается в случаях, когда сырье нуждается в предварительной обработке, не являющейся частью процесса производства.

**Товарный кредит** – кредит, предоставляемый предприятию в форме отсрочки платежа за поставленные ему товары на определенный период.

**Транспортный запас** – запас, который создается в случае превышения сроков грузооборота в сравнении со сроками документооборота на предприятиях, удаленных от поставщиков на значительные расстояния.

**Управление затратами** – это выполнение всего комплекса функций управления, направленных на повышение эффективности использования производственных ресурсов на предприятии.

**Финансовые обязательства** – обязательные платежи, расчеты, обусловленные финансово-договорными отношениями.

**Финансовый контроль** – законодательно регламентированная деятельность за соблюдением финансового законодательства и финансовой дисциплины всех экономических субъектов, а также за целесообразностью и эффективностью их финансовых операций.

**Финансовый риск** – обусловлен невозможностью оплатить кредит и начислить дивиденды вследствие недостаточности прибыли.

***Источники***

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ (ред. от 21.07.2014 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2014 г.).
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014 г.): Федеральный закон от 24.07.07 г. № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.).
3. О бухгалтерском учете (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014 г.): Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.).
4. О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт (с изм. и доп., вступ. в силу с 09.05.2014 г.): Федеральный закон от 22.05.2003 г. № 54-ФЗ (ред. от 05.05.2014 г.).
5. Об утверждении Административного регламента исполнения Федеральной налоговой службой государственной функции по осуществлению контроля и надзора за полнотой учета выручки денежных средств в организациях и у индивидуальных предпринимателей (зарегистрировано в Минюсте РФ 16.01.2012 г. № 22906): Приказ Минфина РФ от 17.10.2011 г. № 133н.
6. О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства: Указание Банка России от 11.03.2014 г. № 3210-У (зарегистрировано в Минюсте России 23.05.2014 № 32404).
7. Об осуществлении наличных расчетов: Указание Центробанка от 07.10.13 г. № 3073-У. Зарегистрировано в Минюсте России 23 апреля 2014 г. № 32079. Дата вступления в силу: 01.06.2014 г.
8. Об упрощенной системе бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности для субъектов малого предпринимательства: информация Минфина РФ № ПЗ-3/2012.
9. Грязнова, А.Г. Финансы: учебник / А.Г. Грязнова, Е.В. Маркина, М.Л. Седова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 496 c.
10. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под ред. Е. С. Стояновой. – 6-е изд. – М.: Перспектива, 2010. – 656 с.

***Информационные ресурсы Интернета***

* 1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru.

*Тема:* **Финансовые риски в предпринимательской деятельности**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Понятие риска предпринимательской деятельности
2. Внутренние и внешние риски предпринимательской деятельности
3. Источники возникновения рисков
4. Классификация финансовых рисков предпринимательской деятельности
5. Задачи риск-менеджмента и методы управления финансовыми рисками

*Цель:*

Сформировать представление о рисках предпринимательской деятельности, источниках их возникновения и методах управления финансовыми рисками, возникающими при осуществлении предпринимательской деятельности.

*Задачи:*

– раскрыть понятие риска в предпринимательской деятельности;

– выявить внутренние и внешние факторы возникновения финансовых рисков при ведении предпринимательской деятельности;

– раскрыть источники возникновения финансовых рисков;

– представить классификацию финансовых рисков предпринимательской деятельности;

– обосновать задачи риск-менеджмента и методы управления финансовыми рисками;

*Компетенции:*

И10. Уметь оценивать степень риска инвестиционных вложений.

И11. Уметь оценивать перспективные сферы инвестирования в зависимости от конъюнктуры рынка.

И16. Осознавать степень и последствия рискованности финансовых решений.

1. Знать сущность и виды страхования, основные принципы и функции страхования.
2. Знать методы управления рисками. Понимать механизм страхования от рисков.
3. Знать сущность и виды предпринимательских рисков.
4. Понимать необходимость создания финансовых резервов на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций.
5. Понимать, что финансовые инструменты различаются по уровню риска и уровню доходности.

Р8. Уметь оценивать степень риска различных финансовых инструментов.

Р9. Уметь соотносить риски и доходность при выборе финансовых продуктов и услуг.

Р10. Уметь оценивать степень надежности финансовой организации.

Р11. Понимать, что риск и доходность имеют прямую зависимость (чем выше риск финансового инструмента, тем больше его доходность и наоборот).

Р12. Быть способным реально оценивать свои финансовые возможности.

Р13. Осознавать последствия принимаемых финансовых решений.

Р14. Быть готовым принимать и нести финансовые риски инвестора.

О18. Уметь рассчитать стоимость привлекаемых заемных средств.

Д12. Брать ответственность за финансовые решения, осознавать последствия этих решений.

Ф12. Уметь оценить и обосновать решение по выбору метода финансирования предпринимательской деятельности.

К12. Осознавать персональную склонность к рискованному поведению.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала по всем темам «Выбор источников финансирования предпринимательской деятельности», «Управление финансами и финансовый контроль».

Она дает возможность глубоко усвоить темы «Управление финансами и финансовый контроль», «Способы оптимизации налоговых платежей».

***1. Понятие риска в предпринимательской деятельности.***

Любому виду деятельности человека присущи риски. В полной мере это справедливо и по отношению к предпринимательской деятельности. Риск присущ предпринимательству и является неотъемлемой частью его экономической жизни. С риском предприниматель сталкивается на разных, этапах своей деятельности, и причин возникновения рисковой ситуации может быть достаточно много.

Обычно под причиной возникновения риска подразумевается какое-то условие, вызывающее неопределенность исхода ситуации или принятого управленческого решения. Неопределенность ситуации предопределяется тем, что она зависит от множества переменных, от контрагентов и других лиц, поведение которых не всегда можно предсказать с достаточной степенью точности. Сказывается также и отсутствие четкости в определении целей, критериев и показателей их оценки (сдвиги в общественных потребностях и потребительском спросе, появление технических и технологических новшеств, изменение конъюнктуры рынка, непредсказуемые природные явления). Основные виды рисков, связанных с предпринимательской деятельностью приведены на рисунке 1.

Видов рисков огромное количество и сопутствуют они всем аспектам деятельности предпринимателя. Так, источниками риска может являться хозяйственная деятельность, деятельность самого предпринимателя, недостаток информации о состоянии внешней среды, оказывающей влияние на результат предпринимательской деятельности. Так, операционной деятельности предпринимателя (его производственной деятельности) присущи операционные риски, финансовой деятельности присущи финансовые риски, деятельности предпринимателя по стратегическому управлению сопутствуют бизнес-риски.



Рисунок 1 – Основные виды рисков предпринимателя

Но наиболее значимыми из них являются именно финансовые риски. Не случайно, под риском вообще принято понимать вероятность или угрозу потери предпринимателем своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате реализации производственной или финансовой деятельности предпринимателя. Риск связан с выбором определенных альтернатив, прогнозом и расчетом вероятностей их исхода.

Характеристиками понятия финансового риска являются:

* деятельность, совершаемая в надежде на удачный исход;
* вероятность возникновения потерь, убытков, недопоступлений планируемых доходов, прибыли;
* возможная опасность или неудача;
* вероятность ошибки или успеха того или иного выбора в ситуации с несколькими альтернативами;
* специфическая форма деятельности, которая реализуется субъектом и условиями неопределенности;
* неопределенность результатов неких событий.

Исходя из изложенного,финансовый риск **–** это вероятностная характеристика события, которое в отдаленной перспективе может привести к возникновению потерь, недополучению дохода или получению дополнительных доходов, в результате осознанных действий предпринимателя под влиянием внешних и внутренних факторов развития в условиях неопределенности рыночной среды.

***2. Внутренние и внешние риски предпринимательской деятельности***

По сфере возникновения предпринимательские риски можно подразделить на внутренние и внешние.

**Предпринимательский риск**

**Внешние риски**

**Внутренние риски**

Инфляционный

(дефляционный риск

Социальные риски (развитие социальной инфраструктуры, качество трудовых ресурсов и пр.)

Экологические риски

Страновые риски (политический, законодательный, инфраструктурный, пр.)

Валютный риск

Юридический риск

Кредитный риск

Управленческий риск

Финансовый риск

Технологический риск

Инновационный риск

Рисунок 2 – Классификация рисков предпринимателя по сфере возникновения

Источником внутренних рисков является сама предпринимательская фирма (бизнес предпринимателя). Эти риски возникают в случае неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, в результате внутрифирменных злоупотреблений. На факторы внутренних рисков предприниматель может оказывать влияние, предупреждая их или минимизируя вероятность их наступления.

Источником возникновения внешних рисков является внешняя среда по отношению к предпринимателю, и вероятность наступления этих рисков непосредственно не связана с деятельностью предпринимателя. Внешняя среда включает в себя объективные экономические, социальные и политические условия, в рамках которых бизнес осуществляет свою деятельность и к динамике которых она вынуждена приспосабливаться. Предприниматель не может оказывать на внешние риски влияние, он может только предвидеть и учитывать их в своей деятельности. Речь идет о непредвиденных изменениях законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность; неустойчивости политического режима в стране деятельности и других ситуациях, а соответственно и о потерях предпринимателей, возникающих в результате начавшейся войны, национализации, забастовок, введения эмбарго, экономических кризисов.

Устранить неопределенность будущего в предпринимательской деятельности невозможно, так как она является элементом объективной действительности. Действительно, риск связан с реальными процессами в экономике. Следует отметить, что, если внутренними рисками предприниматель в состоянии управлять, то на факторы внешних рисков предприниматель влиять не может. Но следует анализировать и прогнозировать изменение внешней среды, способной оказать влияние (позитивное или негативное) на деятельность предпринимателя.

***3. Источники возникновения рисков***

Сводными итоговыми показателями экономического клима­та страны являются динамика валового внутреннего продукта, процентные ставки по краткосрочным и долгосрочным кредитам, темпы инфляции (дефляции), валютные курсы и т. п.

Динамика валового национального продукта отражает об­щий уровень деловой активности и оказывает непосредственное влияние на эффективность функционирования любой фирмы на территории данного государства. Умеренный и устойчивый рост валового национального продукта, как правило, свидетельствует о динамично развивающейся экономике страны и наличии пла­тежеспособного спроса на товары народного потребления и услуги, так как достаточное количество рабочих мест обеспечивает высокий уровень доходов населения и рост общего объема потребитель­ских расходов.

Это благоприятный период для развития большинства на­правлений бизнеса, характеризующийся относительно низким уровнем экономических рисков. Однако следует иметь в виду, что благоприятные экономические условия привлекают на рынок новых инвесторов и провоцируют дополнительный рост объемов производства, что может привести к росту конкуренции, паде­нию цен и, в конечном итоге, вызвать кризис перепроизводства и рост уровня экономических рисков.

Снижение или остановка роста валового национального продукта, напротив, свидетельствуют о неблагоприятной эко­номической обстановке. Предприятия производят продукцию в меньших объемах, количество рабочих мест, уровень доходов и покупательная способность основной массы населения снижа­ются.

Не менее важную роль в системе оценки уровня экономи­ческих рисков играют ставки краткосрочных и долгосрочных заемных процентов. Низкие ставки краткосрочных кредитов стимулируют развитие фирм с быстрым оборотом капитала (например, работающих в сфере розничной торговли).

Низкие процентные ставки по долгосрочным кредитам стимулируют в первую очередь развитие таких отраслей эко­номики, как капитальное строительство, тяжелое и среднее ма­шиностроение, судостроение и т. п. Кроме того, снижение цены и повышение доступности долгосрочных кредитов способствует увеличению уровня спроса на дорогостоящие товары.

Уровень процентных ставок по банковским кредитам ока­зывает существенное влияние и на характер стратегических решений организации. Высокие процентные ставки по долгосрочным кредитам обычно влекут за собой снижение деловой активности, в силу того, что привлечение дополнительных инве­стиций обходится слишком дорого. Низкие ставки долгосрочных кредитов, напротив, стимулируют обновление основных фондов и диверсификацию бизнеса.

Главной задачей руководителя в данной сфере с точки зре­ния риск-менеджмента являются своевременное отслеживание колебаний размера кредитных ставок и принятие адекватных оперативных мер, направленных на нейтрализацию возникаю­щих в связи с этим угроз и реализацию возможностей.

Изменение темпов инфляции также является фактором, способным спровоцировать возникновение экономических рис­ков.

Увеличение темпов инфляции неизбежно влечет за собой рост цен на энергоносители, сырье и полуфабрикаты. Высокий уровень инфля­ции приводит к неоправданному росту экономических рисков и сокращению инвестиционной деятельности. Это провоцирует резкие колебания темпов экономического роста, которые в свою очередь вызывают появление дополнительных рисков.

В то же время умеренная инфляция является неизбежным и, в некотором роде, даже позитивным фактором национальной экономики. Она является результатом динамических процессов растущей экономики и выступает в качестве катализатора этого роста.

Устойчивый курс национальной валюты, несомненно, явля­ется благоприятным фактором и для экономики в целом, и для организаций, и для физических лиц.

К сожалению, приходится констатировать тот факт, что современная отечественная экономика характеризуется искус­ственным курсом рубля, который формируется, поддерживается и регулируется Центральным банком РФ, непосредственно при­нимающим участие в официальных валютных торгах. В подоб­ных условиях оценивать и тем более прогнозировать влияние колебаний курса национальной валюты на экономическую систему страны в целом и ее отдельные отрасли становится просто невозможным. Это риск, требующий принятия дополнитель­ных мер по обеспечению конкурентоспособности и надежности управляемого бизнеса. В связи с тем, что рубль был отпущен Банком Росси в «свободное плавание», т.е. прекращены валютные интервенции ЦБ для поддержания курса национальной валюты в установленных пределах, сейчас наблюдается нестабильность рубля и потребуется достаточно длительное время для его стабилизации, что негативно отражается на его покупательной способности. Также следует иметь в виду, что стоимость национальной валюты по отношению к иностранной, в силу специфики структуры экономики России, во многом зависит от мировых цен на нефть.

**4. Классификация финансовых рисков предпринимательской деятельности**

Исходя из рассмотренных нами выше макроэкономических показателей, характеризующих предпринимательский климат в стране, можно выделить финансовые риски, возникающие при осуществлении предпринимательской деятельности. К финансовым рискам относятся: валютный риск; кредитный риск; инвестиционный риск (рис. 3).



Рисунок 3 – Классификация финансовых рисков

Поскольку в последнее время для отечественных пред­принимателей все большую актуальность приобретает учет валютного риска, рассмотрим данный вид финансового риска более подробно.

*Валютный риск* — это вероятность финансовых потерь в результате изменения курса валют, которое может произойти в период между заключением контракта и фактическим произ­водством расчетов по нему.

Среди основных факторов, влияющих на курс валют, нужно выделить состояние платежного баланса страны (соотношение экспорта и импорта), уровень инфляции, межотраслевую миграцию краткосрочных капиталов. В целом на движение валютных курсов оказывает воздействие соотношение спроса и предложения каждой валюты. Помимо экономических, на валютный курс также могут оказывать влияние политические факторы.

В свою очередь валютный курс оказывает серьезное воз­действие на внешнеэкономическую деятельность страны. Тот или иной его уровень в значительной мере влияет на экспортную конкурентоспособность страны на мировых рынках. Заниженный валютный курс позволяет получить дополнитель­ные выгоды при экспорте и способствует притоку иностранного капитала. Противополож­ная экономическая ситуация возникает при завышенном курсе валюты (снижается эффективность экспорта и растет эффек­тивность импорта).

Валютный риск включает в себя три разновидности.

*Фондовый риск* для фирмы состоит в том, что стоимость ее активов и пассивов может меняться в большую или меньшую сторону (в национальной валюте) из-за будущих изменений ва­лютного курса. Это также относится к инвесторам, зарубежные инвестиции которых — акции или долговые обязательства — приносят доход в иностранной валюте.

*Риск перевода* имеет бухгалтерскую природу и связан с различиями в учете активов и пассивов фирмы в иностранной валюте. В том случае, если происходит падение курса иностран­ной валюты, в которой выражены активы фирмы, стоимость этих активов уменьшается. Следует иметь в виду, что риск перевода представляет собой бухгалтерский эффект, но мало или совсем не отражает экономический риск сделки.

Более важным с экономической точки зрения является риск сделки, который рассматривает влияние изменения валютного курса на будущий поток платежей, а, следовательно, на будущую прибыльность предприятия в целом.

*Риск сделок* — это вероят­ность наличных валютных убытков по конкретным операциям в иностранной валюте. Риск сделок возникает из-за неопреде­ленности стоимости в национальной валюте инвалютной сделки в будущем. Данный вид риска существует как при заключении торговых контрактов, так и при получении или предоставлении кредитов и состоит в возможности изменения величины посту­пления или платежей при пересчете в национальной валюте.

Кроме того, следует различать валютные риски для импор­тера и экспортера.

*Риск для экспортера* — это падение курса иностранной валюты с момента получения или подтверждения заказа до получения платежа и во время переговоров.

*Риск для импортера* — это повышение курса валюты в от­резок времени между датой подтверждения заказа и днем пла­тежа. Таким образом, при заключении контрактов необходимо учитывать возможные изменения валютных курсов.

Одним из важнейших видов рисков, возникающих в услови­ях рыночной экономики, является кредитный риск. *Кредитный риск* связан с возможностью невыполнения фирмой своих фи­нансовых обязательств перед инвестором в результате исполь­зования для финансирования деятельности фирмы внешнего займа. Кредитный риск возникает в процессе делового общения предприятия с его кредиторами: банком и другими финансовыми учреждениями; контрагентами: поставщиками и посредниками; акционерами.

Разнообразие видов кредитных операций предопределяет особенности и причины возникновения кредитного риска: не­добросовестность заемщика, получившего кредит; ухудшение конкурентного положения конкретной фирмы, получившей коммерческий или банковский кредит; неблагоприятная эконо­мическая конъюнктура; некомпетентность руководства фирмы и т. д.

Следующий вид финансового риска – *инвестиционный риск.* Данный вид риска связан со спецификой вложения денежных средств в различные проекты или финансовые инструменты (как правило, в ценные бумаги). Инвестиционный риск может возникать у предпринимателя и в случае вложения им средств в различные финансовые инструменты, приобретая акции других компаний или иные ценные бумаги и в случае, когда бизнес предпринимателя является объектом вложения, так как любая организация име­ет своих учредителей (собственников).

**5. Задачи риск-менеджмента и методы управления финансовыми рисками**

Следует заметить, что различные виды рисков не проявляются независимо друг от друга. Часто различные риски накладываются друг на друга, перетекают из одного в другой, некоторые виды рисков провоцируют возникновение следующих. Но, несмотря на это, существуют методы управления рисками, осно­ванные на рациональном распределении финансовых ресурсов организации с целью минимизации потенциальных потерь и максимизации возможных доходов, возникающих в ситуациях риска.

Как отме­чено выше, последствия финансового риска могут харак­теризоваться как позитивными, так и негативными резуль­татами финансовой деятельности. Однако и в теории, и в хозяйственной практике наибольшее внимание уделяется возможности несения финансовых потерь в результате реализации рискового события.

Управление финансовыми рисками предприятия пред­ставляет собой систему принципов и методов разработки и реализации рисковых финансовых решений, обеспечивающих всестороннюю оценку различных видов финансовых рисков и нейтрализацию их возможных негативных финансовых по­следствий. Основными задачами деятельности по управлению рисками является:

1. выявление сфер повышенного риска финансовой деятельности предприя­тия, генерирующих угрозу его финан­совой безопасности.
2. всесторонняя объективная оценка вероятности наступления отдельных рисковых событий и связанных с ними возможных финансовых потерь.
3. обеспечение минимизации уровня финансового риска по отношению к предусматриваемому уровню доходно­сти финансовых операций.
4. обеспечение минимизации возмож­ных финансовых потерь предприятия при наступлении рискового события

**Методы управления рисками**

**Избежание риска**

**Передача риска**

**Принятие риска**

Отказ от рисковых операций

Страхование

Аутсорсинг

Резервирование

Хеджирование

Диверсификация

Лимитирование

Рисунок 4 – Методы управления финансовыми рисками

Наиболее простым методом в системе внутренних ме­ханизмов нейтрализации финансовых рисков является их избежание. Это направление нейтрализации финансовых рисков является наиболее радикальным. Оно заключается в разработке таких мероприятий внутреннего характера, которые полностью исключают конкретный вид финансо­вого риска. К числу основных таких мер относятся:

* *отказ от осуществления финансовых операций, уро­вень риска по которым чрезмерно высок.* Несмотря на высо­кую эффективность этой меры, ее использование носит ограниченный характер, так как большинство финансовых операций связано с осуществлением основной производ­ственно-коммерческой деятельности предприятия, обеспе­чивающей регулярное поступление доходов и формирова­ние его прибыли.
* *отказ от продолжения хозяйственных отношений с партнерами, систематически нарушающими контрактные обязательства.* Такая формулировка избежания риска явля­ется одной из самых эффективных и наиболее распростра­ненных. Предприятие должно систематически анализиро­вать состояние выполнения партнерами обязательств по заключенным контрактам, выявлять причины их невы­полнения отдельными хозяйствующими субъектами и по результатам анализа периодически осуществлять необ­ходимую ротацию партнеров по хозяйственным опера­циям.
* *отказ от использования в высоких объемах заемного капитала.* Снижение доли заемных финансовых средств в хозяйственном обороте позволяет избежать одного из наи­более существенных финансовых рисков — потери финан­совой устойчивости предприятия. Вместе с тем, такое избежание риска влечет за собой снижение эффекта фи­нансового левериджа, т.е. возможности получения до­полнительной суммы прибыли на вложенный капитал.
* *отказ от чрезмерного использования оборотных акти­вов в неликвидных формах.* Повышение уровня ликвид­ности этих активов позволяет избежать риска неплатеже­способности предприятия в будущем периоде. Однако, такое избежание риска лишает предприятие дополнитель­ных доходов от расширения объемов продажи продукции в кредит и частично порождает новые риски, связанные с нарушением ритмичности операционного процесса из-за снижения размера страховых запасов сырья, материалов, готовой продукции;
* *отказ от использования временно свободных денеж­ных активов в краткосрочных финансовых инвестициях.* Эта мера позволяет избежать депозитного и процентного рис­ка, однако порождает потери от инфляционного риска, а также риска упущенной выгоды.

Важным направлением нейтрализации финансовых рисков является лимитирование их концентрации. Механизм лимитирования концентрации финансовых рисков исполь­зуется обычно по тем их видам, которые выходят за пределы допустимого их уровня, т.е. по финансовым операциям, осу­ществляемым в зоне критического или катастрофического риска. Такое лимитирование реализуется путем установления на предприятии соответствующих внутренних финансовых нормативов в процессе разработки политики осуществле­ния различных аспектов финансовой деятельности.

Система финансовых нормативов, обеспечивающих лимитирование концентрации рисков, может включать:

* *предельный размер (удельный вес) заемных средств, ис­пользуемых в хозяйственной деятельности.* Этот лимит устанавливается раздельно для операционной и инвестицион­ной деятельности предприятия, а в ряде случаев *—* и для отдельных финансовых операций (финансирования реаль­ного инвестиционного проекта; финансирования форми­рования оборотных активов и т.п.);
* *минимальный размер (удельный вес) активов в высоко­ликвидной форме*. Этот лимит обеспечивает формирование так называемой "ликвидной подушки", характеризующей размер резервирования высоколиквидных активов с целью предстоящего погашения неотложных финансовых обяза­тельств предприятия. В качестве "ликвидной подушки" в первую очередь выступают краткосрочные финансовые инвестиции предприятия, а также краткосрочные формы его дебиторской задолженности.
* *максимальный размер товарного (коммерческого) или потребительского кредита, предоставляемого одному поку­пателю.* Размер кредитного лимита, направленный на сни­жение концентрации кредитного риска, устанавливается при формировании политики предоставления товарного кредита покупателям продукции.
* *максимальный размер депозитного вклада, размещае­мого в одном банке.* Лимитирование концентрации депо­зитного риска в этой форме осуществляется в процессе использования данного финансового инструмента инвес­тирования капитала предприятия.
* *максимальный размер вложения средств в ценные бу­маги одного эмитента.* Эта форма лимитирования направ­лена на снижение концентрации несистематического (спе­цифического) финансового риска при формировании портфеля ценных бумаг. Для ряда институциональных ин­весторов этот лимит устанавливается в процессе государ­ственного регулирования их деятельности в системе обяза­тельных нормативов.
* *максимальный период отвлечение средств в дебитор­скую задолженность.* За счет этого финансового норматива обеспечивается лимитирование риска неплатежеспособ­ности, инфляционного риска, а также кредитного риска.

Лимитирование концентрации финансовых рисков является одним из наиболее распространенных внутрен­них механизмов риск-менеджмента, реализующих финан­совую идеологию предприятия в части принятия этих рис­ков и не требующих высоких затрат.

В системе внутренних механизмов нейтрализации фи­нансовых рисков определенное место занимают их ди­версификация, трансферт и самострахования. Механизм *диверсификации*используется, прежде всего, для нейтрали­зации негативных финансовых последствий несистемати­ческих (специфических) видов рисков. В первую очередь он позволяет минимизировать портфельные риски. Прин­цип действия механизма диверсификации основан на раз­делении рисков, препятствующем их концентрации.

В качестве основных форм диверсификации финан­совых рисков предприятия могут быть использованы сле­дующие ее направления;

* *диверсификация видов финансовой деятельности.* Она предусматривает использование альтернативных возмож­ностей получения дохода от различных финансовых опе­раций — краткосрочных финансовых вложений, формиро­вания кредитного портфеля, осуществления реального инвестирования, формирования портфеля долгосрочных финансовых вложений и т.п.
* *диверсификация валютного портфеля {''валютной кор­зины") предприятия.*Она предусматривает выбор для про­ведения внешнеэкономических операций нескольких ви­дов валют. В процессе этого направления диверсификации обеспечивается снижение финансовых потерь по валютно­му риску предприятия.
* *диверсификация депозитного портфеля.* Она предус­матривает размещение крупных сумм временно свободных денежных средств на хранение в нескольких банках. Так как условия размещения денежных активов при этом су­щественно не меняются, это направление диверсификации обеспечивает снижение уровня риска депозитного портфе­ля без изменения уровня его доходности.
* *диверсификация кредитного портфеля.* Она предус­матривает расширение круга покупателей продукции пред­приятия и направлена на уменьшение его кредитного риска. Обычно диверсификация кредитного портфеля в процессе нейтрализации этого вида финансового риска осуществля­ется совместно с лимитированием концентрации кредит­ных операций путем установления дифференцированного по группам покупателей кредитного лимита;
* *диверсификация портфеля ценных бумаг.* Это направ­ление диверсификации позволяет снижать уровень несис­тематического риска портфеля, не уменьшая при этом уро­вень его доходности (механизм такой нейтрализации за счет действия ковариации подробно рассмотрен ранее).

Механизм *трансферта* финансовых рисков основан на частой их передаче партнерам по отдельным фи­нансовым операциям. При этом хозяйственным партнерам передается та часть финансовых рисков предприятия, по которой они имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий и располагают более эффек­тивными способами внутренней страховой защиты.

В современной практике риск-менеджмента получи­ли широкое распространение следующие основные направ­ления распределения рисков (их трансферта партнерам):

* *распределение риска между участниками инвестицион­ного проекта.* В процессе такого распределения предприя­тие может осуществить трансферт подрядчикам финансо­вых рисков, связанных с невыполнением календарного плана строительно-монтажных работ, низким качеством этих работ, хищением переданных им строительных мате­риалов и некоторых других. Для предприятия, осущест­вляющего трансферт таких рисков, их нейтрализация за­ключается в переделке работ за счет подрядчика, выплаты им сумм неустоек и штрафов и в других формах возмеще­ния понесенных потерь.
* *распределение риска между предприятием и поставщи­ками сырья и материалов.* Предметом такого распределения являются прежде всего финансовые риски, связанные с потерей (порчей) имущества (активов) в процессе их транс­портирования и осуществления погрузо-разгрузочных работ. Формы такого распределения рисков регулируют­ся соответствующими международными правилами — "ИНКОТЕРМС-2000".
* *распределение риска между участниками лизинговой операции.* Так, при оперативном лизинге предприятие пере­дает арендодателю риск морального устаревания использу­емого (лизингуемого) актива, риск потери им технической производительности (при соблюдении установленных пра­вил эксплуатации) и ряд других видов рисков, предусмат­риваемых соответствующими специальными оговорками в заключаемом контракте.
* *распределение риска между участниками факторинго­вой (форфейтинговой) операции.* Предметом такого распре­деления является, прежде всего, кредитный риск предпри­ятия, который в преимущественной его доле передается соответствующему финансовому институту — коммерчес­кому банку или факторинговой компании. Эта форма распределения риска носит для предприятия платный характер, однако позволяет в существенной степени нейт­рализовать негативные финансовые последствия его кре­дитного риска.

Степень распределения рисков, а, следовательно, и уровень нейтрализации их негативных финансовых послед­ствий для предприятия является предметом его контракт­ных переговоров с партнерами, отражаемых согласован­ными с ними условиями соответствующих контрактов.

Механизм *самострахования*финансовых рисков осно­ван на резервировании предприятием части финансовых ресурсов, позволяющем преодолевать негативные финан­совые последствия по тем финансовым операциям, по ко­торым эти риски не связаны с действиями контрагентов. Основными формами этого направления нейтрализации финансовых рисков являются:

* *формирование резервного (страхового) фонда предпри­ятия.* Он создается в соответствии с требованиями законодательства и устава предприятия. На его формирование направляется не менее *5%* суммы прибыли, полученной предприятием в отчетном периоде.
* *формирование целевых резервных фондов.* Примером такого формирования могут служить: фонд страхования ценового риска (на период временного ухудшения конъ­юнктуры рынка); фонд уценки товаров на предприятиях торговли; фонд погашения безнадежной дебиторской за­долженности по кредитным операциям прел приятия и т.п. Перечень таких фондов, источники их формирования и размеры отчислений в них определяются уставом предпри­ятия и другими внутренними документами и нормативами.
* *формирование системы страховых запасов материаль­ными финансовых ресурсов по отдельным элементам оборот­ных активов предприятия.*Такие страховые запасы созда­ются по денежным активам, сырью, материалам, готовой продукции. Размер потребности в страховых запасах по отдельным элементам оборотных активов устанавливается в процессе их нормирования.
* *нераспределенный остаток прибыли, полученной е отчетном периоде.* До его распределения в инвестиционном процессе он может рассматриваться как резерв финансовых ресурсов, направляемых в необходимом случае на ликвида­цию негативных последствий отдельных финансовых рисков.

Используя этот механизм нейтрализации финансовых рисков, необходимо иметь в виду, что страховые резервы во всех их формах хотя и позволяют быстро возместить понесенные предприятием финансовые потери, однако "замораживают" использование достаточно ощутимой суммы финансовых ресурсов. В результате этого снижает­ся эффективность использования собственного капитала предприятия, усиливается его зависимость от внешних ис­точников финансирования. Это определяет необходимость оптимизации сумм резервируемых финансовых ресурсов с позиций предстоящего их использования для нейтрализа­ции лишь отдельных видов финансовых рисков. Наиболее сложные и опасные по своим финансовым последствиям риски, не поддающиеся нейтрализации за счет внутренних ее механизмов, подлежат страхованию,

*Страхование финансовых рисков*представляет собой за­щиту имущественных интересов предприятия при наступлении страхового события специальными страховыми компаниями (страховщиками) за счет денежных фондов, формируемых ими путем получения от страхователей страховых премий (страховых взносов).

В процессе страхования предприятию обеспечивается страховая защита по всем основным видам его финансовых рисков — как систематических, так и несистематических. При этом объем возмещения негативных последствий фи­нансовых рисков страховщиками не ограничивается — он определяется реальной стоимостью объекта страхования (размером страховой его оценки), страховой суммы и раз­мером уплачиваемой страховой премии.

Сущность *страхования*состоит в том, что организация направляет часть своих финансовых ресурсов на страхование рисков, прибегая к услугам специализированных страховых компаний. Это дает возможность частично или полностью ком­пенсировать возможные потери и убытки, понесенные в случае неудачной реализации проекта. В ходе*резервирования* организация аккумулирует оп­ределенную долю своих финансовых ресурсов во внутренних резервных фондах. Средства из этих фондов могут быть моби­лизованы в случае возникновения непредвиденных расходов, связанных с реализацией проекта. Методы резервирования тесным образом связаны с метода­ми страхования, но в то же время между двумя этими группами методов существует ряд принципиальных различий.

С одной стороны, более выгодным представляется резерви­рование, так как при страховании финансовые ресурсы организа­ции направляются во внешние фонды, которые контролируются другими компаниями. В большинстве случаев страховые взносы теряются фирмой безвозвратно или замораживаются на счетах страховых компаний в течение продолжительного промежутка времени. Резервные средства аккумулируются во внутренних фондах, благодаря чему они находятся в полном распоряжении руководства организации и практически в любой момент могут быть направлены на решение проблем, возникающих в самых разнообразных сферах деятельности организации, а не только в тех, которые предусмотрены условиями страхового договора.

С другой стороны, в распоряжение страховой компании ор­ганизация направляет лишь незначительную долю тех средств, которые могут ей понадобиться в ситуации риска, а в случае возникновения страховых условий ей будет выплачена вся сумма, необходимая для погашения негативных последствий. При резервировании руководство фирмы вынуждено извлекать из оборота гораздо большие суммы денежных средств, чем при страховании, чтобы гарантированно покрыть возможные не­предвиденные расходы.

Таким образом, и страхование, и резервирование имеют как положительные, так и отрицательные стороны. Поэтому целе­сообразность применения той или иной группы методов зависит от складывающейся ситуации и, в конечном итоге, определяется руководством фирмы с учетом всей совокупности факторов, влияющих на деятельность организации.

В заключении хотелось бы отметить, что риск - это вероятностная категория. При определен­ных вариантах развития событий существует не только опасность понести потери или не достичь намеченного результата, но и вероятность получить прибыль выше ожидаемой. В этом и заключается предпринимательский риск, который ха­рактеризуется сочетанием возможности достижения как нежелательных, так и особо благоприятных отклонений от запланированных результатов.

И результат такого исхода зависит не только от внешней среды, но и от деятельности самого предпринимателя. Как правила предприниматель - это человек с блестящей деловой идеей, энергией, оптимизмом, желанием заставить свою идею работать для удовлетворения потребностей клиентов и получить прибыль в результате своей деятельности. Как правило, это высокообразованный человек, разрабатывающий новые продукты или услуги, производимые на его предприятии. Предприниматель четко представляет себе, какой бы он хотел видеть свою компанию, оперативно реагирует на изменяющиеся условия хозяйственной деятельности, внешней среды, постоянно держит руку на пульсе событий, что позволяет добываться успеха в своем бизнесе.

***Глоссарий***

**Аутсорсинг риска** (risk outsourcing) — передача оценки риска или управления риском сторонней организации.

**Внешние источники информации** — источники качественной информации и количественных данных, получаемые извне.

**Внутренние источники информации** — источники качественной информации и количественных данных, относящиеся к самой фирме.

**Идентификация рисков** — формирование у лиц, принимающих решение, целостной картины рисков, угрожающих бизнесу фирмы, жизни и здоровью ее сотрудников, имущественным интересам акционеров, обязательствам, возникающим в процессе взаимоотношений с клиентами и другими контрагентами.

**Трансформация риска** — управление рисками при помощи непосредственного воздействия на них (отказ от риска, снижение частоты ущерба, предотвращение убытка, аутсорсинг риска).

**Финансирование риска** — управление рисками, направленное на покрытие возможного убытка (из текущего дохода, из резервов, за счет использования займа, на основе страхования и самострахования, с привлечением спонсоров, за счет передачи ответственности на основе договора).

**Коммерческий риск** — риск экономических потерь, связанных с реализацией коммерческой, производственно-хозяйственной деятельности.

**Превентивное мероприятие** — мероприятие, направленное на снижение либо вероятности, либо размера возможного ущерба, либо того и другого одновременно.

**Программа управления рисками** — принятая система планирования, обеспечения и организации ресурсов и действий, необходимых для снижения неблагоприятного влияния убытков, вызванных случайными событиями.  
Процедура управления рисками — вариант конкретизации общей стратегии управления и развития фирмы (уклонение от риска, сокращение риска, передача риска).

**Размер ущерба** — количественная оценка величины последующего ущерба – размера убытков.

**Управление рисками (риск-менеджмент)** — процесс принятия и выполнения управленческих решений, которые минимизируют неблагоприятное влияние на организацию или лицо убытков, вызванных случайными событиями.

**Хеджирование** (hedging) — передача ценового риска, направленная на его минимизацию.

**Экономический риск** — возможность случайного возникновения нежелательных убытков, измеряемых в денежном выражении.

***Источники***

1. Продченко И.А. Теоретические основы финансового менеджмента. Учебный курс. – М.:Центр дистанционных образовательных технологий. 2010.
2. Бикбов А. Российский экономический кризис: антирекорды 2014 года в графиках. URL: http://daily.rbc.ru/photoreport/29/12/2014/549df5479a794 792e5567938.
3. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. - К.: Ника-Центр, 2005. (Серия «Библиотека финансового менеджмента», Вып.12).
4. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами. – М.: Омега-Л, Эльга. - 2011.

*Тема:* **Способы оптимизации налоговых платежей (малый бизнес)**

*Рассматриваемые вопросы:*

1. Состав субъектов малого предпринимательства
2. Понятие налоговых платежей
3. Налоговая оптимизация: понятие, признаки, способы, цель
4. Общий режим налогообложения индивидуального предпринимателя
5. Специальный налоговый режим – ЕСХН – индивидуального предпринимателя
6. Специальный налоговый режим – УСН – индивидуального предпринимателя
7. Специальный налоговый режим – ЕНВД – индивидуального предпринимателя
8. Специальный налоговый режим – ПСН – индивидуального предпринимателя

*Цель:*

Краткий комплексный анализ способов оптимизации налоговых платежей индивидуальными предпринимателями сферы малого бизнеса.

*Задачи:*

– выявить состав субъектов малого предпринимательства;

– дать трактовку понятию налоговых платежей;

– раскрыть понятие, признаки, способы, цель налоговой оптимизации;

– рассмотреть общий режим налогообложения индивидуального предпринимателя;

– исследовать специальный налоговый режим – ЕСХН – индивидуального предпринимателя;

– рассмотреть специальный налоговый режим – УСН – индивидуального предпринимателя;

– исследовать специальный налоговый режим – ЕНВД – индивидуального предпринимателя;

– рассмотреть специальный налоговый режим – ПСН – индивидуального предпринимателя.

*Компетенции:*

Ф1. Уметь понимать нормативные правовые акты в сфере налогообложения индивидуальных предпринимателей и возможность законной налоговой оптимизации.

Ф6. Понимать принципы формирования достоверной и актуальной информации, основанной на данных системы учета и отчетности.

Д3. Понимать, какими налогами облагаются доходы, знать льготы налогообложения.

Д10. Осознавать социальную значимость налогов, невозможность безнаказанного уклонения от их уплаты, уважительного отношения к государству и закону.

О2. Знать о законных способах оптимизации налоговых платежей, критериях подбора таких способов в зависимости от вида осуществляемой предпринимательской деятельности.

О22. Осознавать необходимость добросовестно исполнять налоговые обязанности.

О25. Обладать мотивацией повышать финансовую грамотность.

*Тематическая связь с другими дисциплинами:*

Данную тему целесообразно изучать после освоения материала по всем темам «Выбор источников финансирования предпринимательской деятельности».

Она дает возможность глубоко усвоить темы «Выбор источников финансирования», «Управление финансами и финансовый контроль».

***1. Состав субъектов малого предпринимательства***

Без малого 20 лет назад в нашей стране был принят Федеральный закон от 14.06.1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» [1]. Опираясь на этот нормативный правовой акт, появилась возможность отграничить группу хозяйствующих субъектов – «малый бизнес». Согласно федеральному закону [1] субъекты малого предпринимательства – это коммерческие организации, в которых средняя численность работников не превышает следующих предельных уровней:

* в промышленности, строительстве, на транспорте – 100 человек;
* в сельском хозяйстве, в научно-технической сфере – 60 человек;
* в оптовой торговле – 50 человек;
* в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;
* в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек.

Наряду с коммерческими организациями субъекты малого предпринимательства – это еще и физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, – индивидуальные предприниматели.

С 1 января 2008 года федеральный закон [1] утратил силу, потому что был принят Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [2], в котором без градации по отраслям экономики выделены категории субъектов малого предпринимательства: микропредприятия (до 15 человек), малые предприятия(до 100 человек),средние предприятия(от 100 до 250 человек). Федеральный закон [2] конкретизировал в составе малых юридических лицпроизводственные кооперативы, в составе индивидуальных предпринимателей – крестьянские (фермерские) хозяйства.

Кроме численности работников, отнесение хозяйствующих субъектов к конкретной категории малого предпринимательства согласно федеральному закону [2] предполагает соблюдение рамок определенных предельных значений выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год (выручка – без налога на добавленную стоимость) [3]:

* микропредприятия – 60 млн. рублей;
* малые предприятия – 400 млн. рублей;
* средние предприятия – 1000 млн. рублей.

Если хозяйствующий субъект перестает соответствовать предельным значениям по численности всех его работников либо по сумме выручки от реализации в течение двух календарных лет, следующих один за другим, такая организация или индивидуальный предприниматель с нового календарного года больше не относятся к субъектам малого предпринимательства.

Федеральный закон [2] устанавливает, что в целях реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации могут предусматриваться следующие меры:

1) специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;

2) упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, включая упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность, и упрощенный порядок ведения кассовых операций для малых предприятий;

3) упрощенный порядок составления субъектами малого и среднего предпринимательства статистической отчетности;

4) льготный порядок расчетов за приватизированное субъектами малого и среднего предпринимательства государственное и муниципальное имущество;

5) особенности участия субъектов малого предпринимательства в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в осуществлении закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд;

6) меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора);

7) меры по обеспечению финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

8) меры по развитию инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

***2. Понятие налоговых платежей***

Как видно из вышеприведенного перечня, самая первая мера, предусмотренная государством в федеральном законе [2] и способствующая развитию малого и среднего предпринимательства, – это специальные налоговые режимы. Каждому микропредприятию, каждому индивидуальному предпринимателю следует глубоко изучить действующие положения раздела VIII.1 «Специальные налоговые режимы» Налогового кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ) [4], поскольку эти правила представляют собой абсолютно законные способы оптимизации налоговых платежей.

Налоговые платежи представляют собой обязательные изъятия у субъектов предпринимательской деятельности денежных средств в бюджетную систему в целях финансового обеспечения функционирования государства и муниципальных образований. Не платить налоги нельзя, потому что в таком случае нарушается Конституция Российской Федерации, что недопустимо. Вместе с тем субъект предпринимательской деятельности очень сильно заинтересован в том, чтобы платить минимально допустимые для него платежи, не нарушая действующего законодательства, это достигается при помощи налоговой оптимизации.

***3. Налоговая оптимизация: понятие, признаки, способы, цель***

Научные исследования по проблемам налоговой оптимизации как способа избежания налогов появились в западной литературе в 1970–1980-е годы. Мы в течение ряда лет, разрабатывая с кандидатом экономических наук, доцентом И.С. Землянской проблематику налоговой оптимизации, выделяем пять групп научных трактовок, раскрывающих понятие и сущность налоговой оптимизации:

1) налоговая оптимизация представляет собою деятельность, реализуемую налогоплательщиком в рамках действующего законодательства, с учетом правомерности его действий;

2) налоговая оптимизация есть право налогоплательщика трактовать и применять все неясности, противоречия актов законодательства о налогах и сборах в свою пользу;

3) налоговая оптимизация рассматривается как деятельность, реализуемая налогоплательщиком с целью достижения наиболее выгодной для хозяйствующего субъекта величины налоговой базы по основным значимым налогам;

4) налоговая оптимизация – это деятельность по снижению налоговых выплат, при этом не учитываются факторы, перечисленные в трех предыдущих группах;

5) налоговая оптимизация – это механизм увеличения числа налогоплательщиков, применяемый государством в эпоху глобализации экономических процессов.

Для понимания сущности налоговой оптимизации большое значение имеет Постановление Конституционного суда РФ от 27 мая 2003 г. № 9-П, которое можно считать официальным закреплением на государственном уровне данного понятия. Налоговая оптимизация в соответствии с выраженной правовой позицией Конституционного суда РФ – это действия налогоплательщика, «которые хотя и имеют своим следствием неуплату налога или уменьшение его суммы, заключаются в использовании предоставленных государством прав, связанных с освобождением на законном основании от уплаты налога или с выбором наиболее выгодных форм предпринимательской деятельности и, соответственно, оптимального вида платежа» [5].

Также большое значение имеет Постановление пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 12.10.2006 г. № 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды», которым введено такое понятие, как «налоговая выгода», представляющее собой, по существу, тоже налоговую оптимизацию. Налоговая выгода – это «уменьшение размера налоговой обязанности вследствие, в частности, уменьшения налоговой базы, получения налогового вычета, налоговой льготы, применения более низкой налоговой ставки, а также получение права на возврат (зачет) или возмещение налога из бюджета» [6].

Мы выделяем общие признаки налоговой оптимизации: деятельность, комплексность, осознанность и целевая направленность, правомерность, использование специальных способов, специальный субъект.

Во-первых, налоговая оптимизация представляет собой определенную деятельность, которая может выражаться как в активных действиях, так и в бездействии. Деятельность эта непосредственно связана с налогообложением и либо вовсе не влечет наступления налоговых обязанностей, либо влечет возникновение налоговой обязанности в минимально возможном размере. В первом случае не наступают юридические факты, влекущие возникновение отношений по уплате налогов, а во втором наступают, но размер налога, подлежащего уплате в бюджеты, является минимально возможным.

Деятельность, связанная только с уменьшением налоговых платежей, не может считаться налоговой оптимизацией. Если уменьшение налоговых платежей стало следствием недостатков в деятельности налоговых органов или специфики судебных процедур, то такая деятельность не является налоговой оптимизацией.

В литературе встречается точка зрения, в соответствии с которой налоговая оптимизация представлена только активными действиями. Вместе с тем еще исследователями XIX века в качестве одного из способов уменьшения налоговых платежей выделялось снижение потребления определенных благ, облагаемых налогами [7].

Комплексность как неотъемлемый признак налоговой оптимизации вытекает из ее сущности – выбора оптимального размера налоговой обязанности из всех возможных. Для того чтобы этот выбор сделать, необходимо проанализировать все варианты деятельности хозяйствующего субъекта, возможные налоговые последствия каждого из вариантов и выбрать наилучший из них. Следовательно, налоговая оптимизация – это достаточно длительный процесс, который в своем развитии проходит несколько этапов.

При рассмотрении таких признаков, как осознанность и целенаправленность, необходимо отметить, что целью налоговой оптимизации является снижение размера налоговой обязанности. В свою очередь, цель как идеальное представление о будущем результате деятельности предполагает, что эта цель основана на осознании хозяйствующим субъектом смысла своих действий. Несмотря на очевидность цели налоговой оптимизации, вопрос о том, является ли уменьшение налогов единственным результатом, на которое она направлена, остается пока открытым.

Правомерность как признак налоговой оптимизации, с одной стороны, является одним из важнейших, а с другой – нуждается в дополнительном исследовании. В рамках общей теории права правомерное поведение понимается как массовое по масштабам, социально полезное, осознанное поведение людей и организаций, соответствующее правовым нормам и гарантируемое государством.

Правомерность выражается в двух основополагающих ее свойствах: соответствии требованиям правовых норм и общественной полезности. Критериями правомерности налоговой оптимизации необходимо считать соответствие нормам права и допустимость с точки зрения интересов общества и государства. Итак, налоговая оптимизация является общественно допустимой (в том числе общественно вредной) и соответствующей требованиям права.

Как было отмечено, налоговая оптимизация представляет собой деятельность по снижению налогов, осуществляемую специфическими способами (методами налоговой оптимизации). Общим методом налоговой оптимизации является использование предоставленных законодательством льгот. Специальные методы, в свою очередь, включают: уменьшение объекта налогообложения, изменение объекта налогообложения, изменение деятельности субъекта предпринимательской деятельности, замену налогового субъекта или налоговой юрисдикции.

Налоговая оптимизация – это деятельность, осуществляемая особым кругом субъектов. Обязательным участником налоговой оптимизации является налогоплательщик, поскольку именно на него законодательством возлагается обязанность по уплате налогов. В данной деятельности реализуется один из главных интересов налогоплательщика – уменьшение размера налоговой обязанности.

Субъектами налоговой оптимизации могут выступать и лица, не являющиеся налогоплательщиками конкретных налогов (факультативные участники). Их деятельность направлена на то, чтобы не наступили юридические факты, влекущие признание их налогоплательщиками конкретных налогов, и возникновение обязанности по уплате налогов. К числу факультативных участников налоговой оптимизации следует отнести организации и физических лиц, которые содействуют ей: разрабатывают новые методы снижения размера налоговых обязанностей, оказывают консультационную и организационную помощь, регистрируют организации в оффшорных юрисдикциях и другие.

Трактовка налоговой оптимизации, которую мы с кандидатом экономических наук, доцентом И.С. Землянской относим к V классификационной группе, является относительно новой. В обоснование данного утверждения мы включаем несколько базовых тезисов:

1) в современной глобальной экономике роль государства как регулятора рыночных социально-экономических процессов возрастает;

2) приоритетом и долгосрочной перспективой государственной налоговой политики становится общее снижение налоговых ставок, при одновременном расширении числа создаваемых хозяйствующих субъектов-налогоплательщиков;

3) современное государство не антагонистично хозяйствующим субъектам и населению, а, напротив, заинтересовано в их финансово-экономическом развитии, является первоисточником и генератором импульсов налоговой оптимизации в экономике;

4) традиционный взгляд на налоговую оптимизацию как на обыгрывание государства в нюансах налогообложения более квалифицированными налогоплательщиками в современный период нуждается в дальнейшем развитии;

5) в Российской Федерации налоговая оптимизация является системной государственной инициативой, в рамках которой отечественная система налогообложения совершенствуется уже более 20 лет.

Принимая во внимание мнения различных ученых, а также учитывая тезисы, изложенные выше, можно определить налоговую оптимизацию следующим образом. Это нормативный финансово-экономический механизм увеличения численности налогоплательщиков, предусматривающий планомерное снижение налоговых ставок с использованием специфических методов достижения оптимального размера налоговой базы, при котором гарантирована своевременная и полная уплата налогов хозяйствующими субъектами и населением.

***4. Общий режим налогообложения индивидуального предпринимателя***

Если гражданин, зарегистрировавшись индивидуальным предпринимателем, не захочет вникать в налоговое законодательство и использовать все имеющиеся законные возможности в свою пользу, налоговый орган (в котором индивидуальный предприниматель поставлен на учет) будет облагать его налогами согласно общему режиму налогообложения.

*Предположим, индивидуальный предприниматель использует для производства электроэнергии собственный ветроэлектрогенератор стоимостью 30 млн. рублей. Все платежи, которые придется заплатить такому индивидуальному предпринимателю, если за год он получит выручку, допустим, в сумме 60 млн. рублей, скомпонуем в табл. 1.*

Таблица 1 – Общий режим налогообложения индивидуального   
предпринимателя-1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** (руб.) | **60 000 000**= | **ВХОДЯЩИЙ**  **ФИНАНСОВЫЙ ПОТОК** | **ПЛАТЕЖИ** | **9 152 543**= | **Налог** на добавленную стоимость, **18%** |
| **Доход** (руб.)  (Налоговая база) | **50 847 457**= | **6 610 169**= | **Налог** на доходы физических лиц, **13%** |
| Имущество (руб.) |  | **600 000**= | **Налог** на имущество физических лиц, **2%** |
|  |  |  |  |
|  |  | **138 62784** | **Взнос** в ПФР (руб.) |
|  |  | **3 39905** | **Взнос** в ФФОМС (руб.) |
| **ФИНАНСОВЫЙ**  **РЕЗУЛЬТАТ** | **43 895 261**= | **16 504 739**= | **СУММА**  **ПЛАТЕЖЕЙ** |

Как видно из табл. 1, налог на добавленную стоимость (НДС) – на произведенную индивидуальным предпринимателем электроэнергию – составит 18% (статья 164 НК РФ); налог на доходы физических лиц (НДФЛ) составит 13% (ст. 224 НК РФ), причем за облагаемый доход принимается сумма выручки за вычетом НДС. Также согласно статье 2 Закона РФ от 09.12.1991 г. № 2003-1 (ред. от 02.12.2013 г.) «О налогах на имущество физических лиц» [8] индивидуальный предприниматель обязан заплатить налог на имущество физических лиц по ставке 2% от стоимости своего ветроэлектрогенератора.

Обратим внимание, что в табл. 1, кроме налогов, еще присутствуют платеж-взнос в Пенсионный фонд Российской Федерации (ПФР), и еще один платеж-взнос в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования (ФФОМС). Эти платежи предусматривает Федеральный закон от 24.07.2009 г. № 212-ФЗ (ред. от 04.06.2014 г.) «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования» [9]. Согласно пунктам 1–1.2 ст. 14 и согласно п. 2 ст. 16 федерального закона [9] индивидуальный предприниматель обязан заплатить взносы именно в таких фиксированных суммах по итогам 2014 года.

Финансовый результат в виде чистого дохода согласно данным табл. 1 составит 43,895 млн. рублей.

Использование индивидуальным предпринимателем положений ст. 221 НК РФ повлечет ощутимо позитивный результат: «Если налогоплательщики не в состоянии документально подтвердить свои расходы, связанные с деятельностью в качестве индивидуальных предпринимателей, профессиональный налоговый вычет производится в размере 20 процентов общей суммы доходов, полученной индивидуальным предпринимателем от предпринимательской деятельности». «К расходам налогоплательщика относятся также суммы налогов (за исключением НДФЛ), а также суммы страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, на обязательное медицинское страхование, начисленные либо уплаченные им за соответствующий период» [4]. Все платежи, которые придется заплатить индивидуальному предпринимателю, скомпонуем в табл. 2 (С. 11).

Таблица 2 – Общая система налогообложения индивидуального   
предпринимателя-2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** (руб.) | **60 000 000**= | **ВХОДЯЩИЙ**  **ФИНАНСОВЫЙ ПОТОК** | **ПЛАТЕЖИ** | **9 152 543**= | **Налог** на добавленную стоимость, **18%** |
| **Доход** (руб.) | **50 847 457**= |  |  |
| вычет из общей суммы дохода | **600 000**= | **600 000**= | **Налог** на имущество физических лиц, **2%** |
| вычет из общей суммы дохода | **13862784** | **138 62784** | **Взнос** в ПФР (руб.) |
| вычет из общей суммы дохода | **339905** | **3 39905** | **Взнос** в ФФОМС (руб.) |
| вычет из общей суммы дохода 20% | **10 169 491**= |  |  |
| **Налоговая**  **база** | **39 935 939**= | **5 191 672**= | **Налог** на доходы физических лиц, **13%** |
| **ФИНАНСОВЫЙ**  **РЕЗУЛЬТАТ** | **44 913 758**= | **15 086 242**= | **СУММА ПЛАТЕЖЕЙ** |

Как видно из табл. 2, элементарная оптимизация налогообложения позволяет индивидуальному предпринимателю увеличить свой финансовый результат на сумму более чем 1 млн рублей. Финансовый результат в виде чистого дохода согласно данным табл. 2 составит 44,913 млн. рублей.

Профессиональные налоговые вычеты предоставляются индивидуальным предпринимателям при подаче налоговой декларации по окончании календарного года [4]. Налоговая декларация подается ежегодно до 30 апреля.

***5. Специальный налоговый режим – ЕСХН –   
индивидуального предпринимателя***

Глава 26.1 раздела VIII.1 «Специальные налоговые режимы» НК РФ устанавливает правила применения единого сельскохозяйственного налога. Индивидуальные предприниматели, являющиеся сельскохозяйственными товаропроизводителями и налогоплательщиками единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН), освобождаются от обязанности по уплате НДФЛ (имеется несколько исключений), налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для предпринимательской деятельности), не признаются налогоплательщиками НДС (имеется несколько исключений).

Сельскохозяйственными товаропроизводителями признаются индивидуальные предприниматели, производящие сельскохозяйственную продукцию, осуществляющие ее первичную и последующую (промышленную) переработку (в том числе на арендованных основных средствах) и реализующие эту продукцию. При условии, если в общем доходе от реализации товаров (работ, услуг) таких индивидуальных предпринимателей доля дохода от реализации произведенной ими сельскохозяйственной продукции, включая продукцию ее первичной переработки, произведенную ими из сельскохозяйственного сырья собственного производства, составляет не менее 70% [4].

*Предположим, индивидуальный предприниматель, являющийся сельскохозяйственными товаропроизводителем и налогоплательщиком ЕСХН, за год получит выручку, допустим, в сумме 60 млн. рублей за выращенную на своих полях пшеницу. Этот индивидуальный предприниматель использует трактора и комбайны на условиях лизинга, полевые работы по его заказу выполняет привлеченная машино-тракторная станция.*

Объектом налогообложения для такого индивидуального предпринимателя признаются доходы, уменьшенные на величину расходов. При определении объекта налогообложения налогоплательщики уменьшают полученные ими доходы на расходы, 58 разновидностей которых предусматривает ст. 346.5 НК РФ. Налоговая база по ЕСХН – это доходы в денежном выражении, уменьшенные на величину расходов. Налоговая ставка ЕСХН на итоговую разницу составляет 6%. Все платежи, которые придется заплатить такому индивидуальному предпринимателю, скомпонованы в табл. 3.

Таблица 3 – Система налогообложения для сельскохозяйственных   
товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** (руб.)  (Доход) | **60 000 000**= | **ВХОДЯЩИЙ**  **ФИНАНСОВЫЙ ПОТОК** | **ПЛАТЕЖИ** |  | **Расходы** (руб.) |
| расходы к вычету из дохода | **12 000 000**= | **12 000 000**= | **Расходы** на семена, удобрения, вспашку, пр. |
| расходы к вычету из дохода | **1 000 000**= | **1 000 000**= | **Расходы** на закупку дизтоплива и масел |
| расходы к вычету из дохода | **14 000 000**= | **14 000 000**= | **Платежи** по договору лизинга сельхозтехники |
| расходы к вычету из дохода | **3 000 000**= | **3 000 000**= | **Расходы** на обслуживание сельхозтехники |
| расходы к вычету из дохода | **138 62784** | **138 62784** | **Взнос** в ПФР (руб.) |
| расходы к вычету из дохода | **339905** | **3 39905** | **Взнос** в ФФОМС (руб.) |
| **Налоговая**  **база** (руб.) | **29 857 973**= | **1 791 478**= | **Налог** ЕСХН, **6 %** |
| **ФИНАНСОВЫЙ**  **РЕЗУЛЬТАТ** | **28 066 495**= | **31 933 505**= | **СУММА ПЛАТЕЖЕЙ** |

Как видно из табл. 3, налог для индивидуального предпринимателя – сельскохозяйственного товаропроизводителя – является несущественным изъятием из его финансового потока. Фактически в системе ЕСХН налогом в размере 6% облагается чистая разница между полученным доходом и практически всеми, возникающими в агробизнесе, расходами. Налоговая декларация подается ежегодно до 31 марта.

***6. Специальный налоговый режим – УСН – индивидуального предпринимателя***

Глава 26.2 раздела VIII.1 «Специальные налоговые режимы» НК РФ устанавливает правила применения упрощенной системы налогообложения. Индивидуальный предприниматель, средняя численность работников которого за годовой период превышает 100 человек, не сможет воспользоваться упрощенной системой налогообложения [4].

Объектом налогообложения для такого индивидуального предпринимателя признаются: 1-й вариант – доходы, 2-й вариант – доходы, уменьшенные на величину расходов. Каждый индивидуальный предприниматель имеет право сам выбрать свой объект налогообложения, такой выбор делается как минимум на 1 календарный год. Если выбран объект налогообложения «доходы», кроме налогов, сборов и взносов в государственные внебюджетные фонды, больше никакие вычеты из дохода не допускаются. Если выбран объект налогообложения «доходы **−** расходы», налогоплательщики уменьшают полученные ими доходы на расходы, 42 разновидности которых предусматривает ст. 346.16 НК РФ.

Индивидуальные предприниматели, использующие упрощенную систему налогообложения (УСН), по аналогии с ЕСХН освобождаются от обязанности по уплате НДФЛ (имеется несколько исключений), налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для осуществления предпринимательской деятельности), не признаются налогоплательщиками НДС (имеется несколько исключений).

*Предположим, индивидуальный предприниматель, использующий для производства электроэнергии собственный ветроэлектрогенератор, выберет для налогообложения упрощенную систему с объектом налогообложения «доходы». Все платежи, которые придется заплатить такому индивидуальному предпринимателю, если за год он получит выручку, допустим, в сумме 60 млн. рублей, скомпонуем в табл. 4.*

Таблица 4 **−** Упрощенная система налогообложения   
индивидуального предпринимателя-1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** (руб.) (Налоговая база) | **60 000 000**= | **ВХОДЯЩИЙ**  **ФИНАНСОВЫЙ ПОТОК** | **ПЛАТЕЖИ** | **0**= | **Налог** на добавленную стоимость, **18%** |
|  |  | **0**= | **Налог** на доходы физических лиц, **13%** |
|  |  | **0**= | **Налог** на имущество физических лиц, **2%** |
|  |  | **3 600 000**= | **Налог** УСН-1, исчисленный **6%** |
|  |  | **3 457 973**= | **Налог** уплаченный |
|  |  | **138 62784** | **Взнос в ПФР** (руб.)  в уменьшение суммы налога |
|  |  | **3 39905** | **Взнос в ФФОМС** (руб.)  в уменьшение суммы налога |
| **ФИНАНСОВЫЙ**  **РЕЗУЛЬТАТ** | **56 400 000**= | **3 600 000**= | **СУММА ПЛАТЕЖЕЙ** |

Налоговая база по УСН, если объектом налогообложения являются доходы, – это денежное выражение доходов индивидуального предпринимателя. Налоговая ставка установлена в размере 6%. Исчисленную сумму налога разрешается уменьшить на сумму взноса в Пенсионный фонд Российской Федерации, а также на сумму взноса в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, которые индивидуальный предприниматель обязан уплачивать в фиксированном размере.

Финансовый результат, который получился по итогам табл. 4 на 12,5 млн. рублей превышает финансовый результат при применении общего режима налогообложения.

Налоговая база, если объектом налогообложения являются «доходы **−** расходы», – это именно их разница в денежном выражении. Налоговая ставка на эту разницу установлена в размере 15%. Исчисленную сумму налога разрешается уменьшить на сумму взносов в государственные внебюджетные фонды. Согласно ст. 346.20 НК РФ законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 5 до 15% в зависимости от категорий налогоплательщиков [4]. Все платежи, которые придется заплатить такому индивидуальному предпринимателю, если за год он получит выручку, допустим, в сумме 60 млн. рублей, скомпонуем в табл. 5.

Таблица 5 – Упрощенная система налогообложения индивидуального предпринимателя-2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** (руб.) (Налоговая база) | **60 000 000**= | **ВХОДЯЩИЙ**  **ФИНАНСОВЫЙ ПОТОК** | **ПЛАТЕЖИ** | **0**= | **Налог** на добавленную стоимость, **18 %** |
|  |  | **0**= | **Налог** на доходы физических лиц, **13 %** |
|  |  | **0**= | **Налог** на имущество физических лиц, **2 %** |
|  |  | **9 000 000**= | **Налог** УСН-2,  исчисленный **15 %** |
|  |  | **8 857 973**= | **Налог** уплаченный |
|  |  | **138 62784** | **Взнос в ПФР** (руб.)  в уменьшение суммы налога |
|  |  | **3 39905** | **Взнос в ФФОМС** (руб.)  в уменьшение суммы налога |
| **ФИНАНСОВЫЙ**  **РЕЗУЛЬТАТ** | **51 000 000**= | **9 000 000**= | **СУММА**  **ПЛАТЕЖЕЙ** |

Финансовый результат, который получился по итогам табл. 5 на 5,4 млн. рублей ниже финансового результата из табл. 4. Следовательно, если индивидуальный предприниматель не ведет учета своих расходов по бизнесу, применять 2-й вариант упрощенной системы налогообложения с объектом «доходы **−** расходы» нецелесообразно.

***7. Специальный налоговый режим – ЕНВД –  
 индивидуального предпринимателя***

Глава 26.3 раздела VIII.1 «Специальные налоговые режимы» НК РФ устанавливает правила налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД). Согласно ст. 346.26 НК РФ данная система налогообложения в виде ЕНВД вводится и может применяться по решениям представительных органов муниципальных районов, городских округов, законодательных (представительных) органов государственной власти Москвы, Санкт-Петербурга, Севастополя в отношении 14 видов предпринимательской деятельности [4]. Например, в городском округе город-герой Волгоград система налогообложения в виде ЕНВД введена на основании и действует в рамках постановления [10]. Индивидуальный предприниматель, средняя численность работников которого за годовой период превышает 100 человек, не сможет воспользоваться системой налогообложения в виде ЕНВД [4].

Индивидуальные предприниматели, использующие систему налогообложения в виде ЕНВД, по аналогии с УСН, с ЕСХН освобождаются от обязанности по уплате НДФЛ (имеется несколько исключений), налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для осуществления предпринимательской деятельности), не признаются налогоплательщиками НДС (имеется несколько исключений). Индивидуальные предприниматели, осуществляющие наряду с предпринимательской деятельностью, подлежащей налогообложению ЕНВД, иные виды предпринимательской деятельности, исчисляют и уплачивают налоги и сборы в отношении данных видов деятельности в соответствии с иными режимами налогообложения, предусмотренными НК РФ [4].

Согласно ст. 346.27 НК РФ вмененный доход – это потенциально возможный доход налогоплательщика ЕНВД, рассчитываемый с учетом совокупности условий, непосредственно влияющих на получение этого дохода, и используемый для расчета величины ЕНВД по установленной ставке. Базовая доходность – это условная месячная доходность в стоимостном выражении на ту или иную единицу физического показателя, характеризующего определенный вид предпринимательской деятельности в различных сопоставимых условиях, которая используется для расчета величины вмененного дохода. Корректирующие коэффициенты базовой доходности – это коэффициенты, показывающие степень влияния того или иного условия на результат предпринимательской деятельности, облагаемой ЕНВД. Первый – это К1 – устанавливаемый на календарный год коэффициент-дефлятор [11]. К2 – это корректирующий коэффициент базовой доходности, учитывающий совокупность особенностей ведения предпринимательской деятельности. В том числе учитывающий: ассортимент товаров (работ, услуг), сезонность, режим работы, величину доходов, особенности места ведения предпринимательской деятельности, площадь информационного поля электронных табло, площадь информационного поля наружной рекламы с любым способом нанесения изображения, площадь информационного поля наружной рекламы с автоматической сменой изображения, количество автобусов любых типов, трамваев, троллейбусов, легковых и грузовых автомобилей, прицепов, полуприцепов и прицепов-роспусков, речных судов, используемых для распространения и (или) размещения рекламы, а также иные особенности бизнеса [4].

Объектом налогообложения для применения ЕНВД признается вмененный доход индивидуального предпринимателя. Налоговая база для исчисления суммы ЕНВД – это величина вмененного дохода, рассчитываемая как произведение базовой доходности по определенному виду предпринимательской деятельности, исчисленной за налоговый период, и величины физического показателя, характеризующего данный вид деятельности. Налоговым периодом по ЕНВД признается квартал. Ставка единого налога устанавливается в размере 15% величины вмененного дохода. Налоговая декларация представляется в налоговый орган до 20-го числа вновь наступившего квартала [4].

Для исчисления суммы ЕНВД в зависимости от вида предпринимательской деятельности используются физические показатели, характеризующие определенный вид предпринимательской деятельности, и базовая доходность в месяц (БД) из таблицы в ст. 346.29 НК РФ.

В соответствии с Приказом Минэкономразвития России [11] на 2014 год установлено значение коэффициента-дефлятора К1 = 1,672. В 2015 году данный коэффициент составляет 1,798.

Согласно постановлению [10] в Волгограде корректирующий коэффициент К2 рассчитывается по формуле:

К2 = Кас × Кио,

где Кас – это коэффициент, учитывающий ассортимент товаров, виды работ (услуг), особенности места ведения предпринимательской деятельности в зависимости от расположения внутри города. Кио – это коэффициент, учитывающий иные особенности ведения предпринимательской деятельности.

*Предположим, индивидуальный предприниматель имеет собственное электронное табло стоимостью 30 млн. рублей, площадью 100 кв. метров, расположенное на стене жилого дома в самом центре города Волгограда, на улице Аллея Героев. За 1 минуту показа на этом табло рекламной видеоинформации рекламодатели платят индивидуальному предпринимателю от 150 до 200 рублей. Электронное табло загружено рекламной видеоинформацией круглосуточно, не менее 8600 часов в году. Из таблицы в ст. 346.29 НК РФ находим, что для данного вида деятельности БД = 5000 рублей на 1 кв. метр светоизлучающей поверхности табло в месяц. Из постановления [10] находим, что для данного вида деятельности Кас = 0,24, Кио = 1,0.*

Все платежи, которые придется заплатить такому индивидуальному предпринимателю, если за год он получит выручку, допустим, в сумме 60 млн. рублей, скомпонуем в табл. 6.

Таблица 6 – Система налогообложения в виде единого налога   
на вмененный доход для отдельных видов деятельности для Волгограда

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** (руб.)  Распространение наружной рекламы посредством электронных табло | **60 000 000**= | **ВХОДЯЩИЙ**  **ФИНАНСОВЫЙ ПОТОК** | **ПЛАТЕЖИ** | **2 407 680**= | **Вмененный доход за 2014 г.:**  **БД × К1 ×** **Кас ×** **Кио ×12** |
|  | **12 000 000**= | **Расходы** на электроэнергию |
|  |  | **6 000 000**= | **Расходы** на обслуживание электронного табло |
|  |  | **361 152**= | **Налог** ЕНВД (за весь год),  исчисленный **15%** |
|  |  | **219 125**= | **Налог** ЕНВД (за весь год) уплаченный |
|  |  | **138 62784** | **Взнос в ПФР** (руб.)  в уменьшение суммы налога |
|  |  | **3 39905** | **Взнос в ФФОМС** (руб.)  в уменьшение суммы налога |
| **ФИНАНСОВЫЙ**  **РЕЗУЛЬТАТ** | **41 638 848**= | **18 361 152**= | **СУММА ПЛАТЕЖЕЙ** |

Как видно из табл. 6, единый налог на вмененный доход для индивидуального предпринимателя – владельца 100-метрового электронного табло – является абсолютно несущественным изъятием из его финансового потока. Между тем, следует уточнить, что ЕНВД применим только для отдельных видов деятельности, которых установлено НК РФ всего 14.

***8. Специальный налоговый режим – ПСН –   
индивидуального предпринимателя***

Глава 26.5 раздела VIII.1 «Специальные налоговые режимы» НК РФ регламентирует патентную систему налогообложения (ПСН). Эта система налогообложения может применяться только индивидуальными предпринимателями, у которых трудится работников не более 15 человек. А также может применяться, если годовая выручка индивидуального предпринимателя не превышает 60 млн. рублей. ПСН вводится в действие в соответствии с НК РФ законами субъектов Российской Федерации, после чего применяется на территориях указанных субъектов. Например, в Волгоградской области в 2012 году принят закон [12]. НК РФ устанавливает, что ПСН применяется в отношении 47 видов предпринимательской деятельности, однако в Волгоградской области согласно закону [12] возможны только 22 вида предпринимательской деятельности на ПСН.

По аналогии с установлением вмененного дохода в рамках системы налогообложения в виде ЕНВД законами субъектов Российской Федерации устанавливаются размеры потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода дифференцированно по видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется ПСН. Максимальный размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода подлежит индексации на коэффициент-дефлятор, установленный на соответствующий календарный год. Так, согласно Приказу Минэкономразвития России [11] коэффициент-дефлятор, необходимый в целях применения главы 26.5 НК РФ, на 2014 год установлен равным 1,067. В 2015 году данный коэффициент составляет 1,147.

Индивидуальные предприниматели, использующие ПСН, по аналогии с системой налогообложения в виде ЕНВД, УСН, ЕСХН освобождаются от обязанности по уплате НДФЛ (имеется несколько исключений), налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для осуществления предпринимательской деятельности), не признаются налогоплательщиками НДС (имеется несколько исключений). Патент выдается по выбору индивидуального предпринимателя на период от 1 до 12 месяцев включительно в пределах календарного года. Объект налогообложения при ПСН – это потенциально возможный к получению годовой доход индивидуального предпринимателя по соответствующему виду предпринимательской деятельности, установленный законом субъекта РФ. Денежное выражение этого потенциально возможного к получению годового дохода – налоговая база. Налоговая ставка устанавливается в размере 6%. Налоговая декларация по налогу, уплачиваемому в связи с применением ПСН, в налоговые органы не представляется [4].

Следует уточнить, что порядок налогообложения в связи с применением ПСН не предусматривает возможности уменьшения суммы налога взносами в государственные внебюджетные фонды, которые индивидуальный предприниматель обязан уплачивать за себя в фиксированном размере.

*Предположим, индивидуальный предприниматель имеет собственную мобильную установку для помола пшеницы (мельницу) на базе автомобильного тягача «Мерседес» стоимостью 30 млн. рублей. Индивидуальный предприниматель обеспечен бесперебойным спросом на помол в муку выращиваемой фермерами пшеницы по всей территории Волгоградской области.*

*Согласно ст. 1 закона [12] размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода за услуги производственного характера (в том числе по помолу зерна) без привлечения наемных работников на территории Волгоградской области, за исключением г. Волгограда, составляет 250 000 рублей. С учетом коэффициента-дефлятора в 2014 году: 250 000****·****1,067****=*** *266 750 рублей.*

Все платежи, которые придется заплатить такому индивидуальному предпринимателю, если за год он получит выручку, допустим, в сумме 60 млн. рублей, скомпонуем в табл. 7.

Как видно из табл. 7, налог, уплачиваемый в связи с применением ПСН, для индивидуального предпринимателя – владельца мобильной установки для помола пшеницы на базе автомобильного тягача «Мерседес» – является абсолютно несущественным изъятием из его финансового потока, не превышает 0,3%. При этом следует уточнить, что ПСН применима только для отдельных видов индивидуальной предпринимательской деятельности, которых в Волгоградской области установлено всего 22.

Таблица 7 – Патентная система налогообложения для Волгоградской области

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** (руб.)  Помол зерна без привлечения наемных работников на территории Волгоградской области | **60 000 000**= | **ВХОДЯЩИЙ**  **ФИНАНСОВЫЙ ПОТОК** | **ПЛАТЕЖИ** | **266 750**= | **Потенциально возможный к получению ИП годовой доход за 2014 год** |
|  |  |  |
|  |  | **6 000 000**= | **Расходы** на обслуживание мобильной установки |
|  |  | **16 005**= | **Налог** ПСН (за весь год) уплаченный **6%** |
|  |  | **138 62784** | **Взнос в ПФР** (руб.) |
|  |  | **3 39905** | **Взнос в ФФОМС** (руб.) |
| **ФИНАНСОВЫЙ**  **РЕЗУЛЬТАТ** | **53 841 968**= | **6 158 032**= | **СУММА ПЛАТЕЖЕЙ** |

Подводя итог изучению законных способов минимизации налоговых платежей, можно обоснованно сделать вывод о том, что действующий в Российской Федерации правопорядок налогообложения индивидуальных предпринимателей является вполне либеральным, понятным, с низкими налоговыми ставками, элементарной отчетностью и содержит целый спектр таких способов.

***Глоссарий***

**Входящий финансовый поток** – деньги, которые индивидуальный предприниматель получает в кассу или на свой банковский счет в процессе ведения бизнеса.

**Налоговые платежи** – обязательные изъятия у субъектов предпринимательской деятельности денежных средств в бюджетную систему в целях финансового обеспечения функционирования государства и муниципальных образований.

**Признаки налоговой оптимизации**: деятельность, комплексность, осознанность и целевая направленность, правомерность, использование специальных способов, специальный субъект.

**Налоговая оптимизация** – нормативный финансово-экономический механизм увеличения численности налогоплательщиков, предусматривающий планомерное снижение налоговых ставок с использованием специфических методов достижения оптимального размера налоговой базы, при котором гарантирована своевременная и полная уплата налогов хозяйствующими субъектами и населением.

**Методы (способы) налоговой оптимизации**: 1) общий метод – использование предоставленных законодательством льгот; 2) специальные методы: уменьшение объекта налогообложения, изменение объекта налогообложения, изменение деятельности субъекта предпринимательской деятельности, замена налогового субъекта или налоговой юрисдикции.

**Профессиональный налоговый вычет** – уменьшение на 20% общей суммы доходов от предпринимательской деятельности, если индивидуальный предприниматель не в состоянии документально подтвердить свои расходы, связанные с деятельностью в качестве индивидуального предпринимателя.

**Единый сельскохозяйственный налог** – специальный налоговый режим, применяемый для сельскохозяйственных товаропроизводителей. Предусматривает налоговую ставку в размере 6%, объект налогообложения «доходы **–** расходы», ограничение по численности работников до 300 человек.

**Упрощенная система налогообложения** – специальный налоговый режим, применяемый коммерческими организациями и индивидуальными предпринимателями. Предусматривает налоговую ставку в размере 6% при объекте налогообложения «доходы», налоговую ставку в размере 15% при объекте налогообложения «доходы **–** расходы», ограничение по численности работников до 100 человек, ограничение для организаций, у которых остаточная стоимость основных средств превышает 100 млн. рублей.

**Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности** – специальный налоговый режим, вводится в действие нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных районов, городских округов, законами городов федерального значения. Предусматривает императивное определение размера потенциальной ежемесячной базовой доходности для отдельных видов деятельности, индексацию размера этого дохода коэффициентом-дефлятором, а также его корректировку коэффициентом базовой доходности. Предусматривает налоговую ставку в 15%, ограничение по численности работников до 100 человек.

**Патентная система налогообложения** – специальный налоговый режим, вводится в действие в соответствии с НК РФ законами субъектов Российской Федерации, после чего применяется на их территориях. Может применяться только индивидуальными предпринимателями, у которых трудится не более 15 человек работников. Предусматривает, что годовая выручка индивидуального предпринимателя не должна превышать 60 млн. рублей. Предусматривает императивное определение размера потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода для отдельных видов деятельности. Предусматривает налоговую ставку в размере 6% на определенную законами субъектов Российской Федерации потенциально возможную к получению сумму годового дохода.

***Источники***

1. Закон РФ от 09.12.1991 № 2003-1 (ред. от 02.12.2013) «О налогах на имущество физических лиц».// Российская газета, № 36, 14.02.1992.
2. Закон Волгоградской области от 29.11.2012 № 165-ОД «О патентной системе налогообложения» (принят Волгоградской областной Думой 29.11.2012).// «Волгоградская правда», № 226, 30.11.2012.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 21.07.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2014).// Парламентская газета, № 151-152, 10.08.2000.
4. Приказ Минэкономразвития России от 07.11.2013 № 652 «Об установлении коэффициентов-дефляторов на 2014 год» (Зарегистрировано в Минюсте России 19.11.2013 № 30406).// Российская газета, № 264, 22.11.2013.
5. Постановление Правительства РФ от 09.02.2013 № 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».// Российская газета, № 33, 15.02.2013.
6. Постановление Конституционного Суда РФ от 27.05.2003 № 9 – П «По делу о проверке конституционности положения статьи 199 Уголовного кодекса Российской Федерации в связи с жалобами граждан П.Н. Белецкого, Г.А. Никовой, Р.В. Рукавишникова, В.Л. Соколовского и Н.И. Таланова». // Вестник КС РФ. 2003. № 4. С. 27.
7. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 12.10.2006 г. № 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды». // Вестник ВАС РФ. 2006. № 12 (169) С. 65 – 66.
8. Постановление Волгоградского горсовета народных депутатов от 26.10.2005 № 22/430 (ред. от 31.10.2012) «Об установлении на территории Волгограда видов предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход, и значений корректирующего коэффициента базовой доходности К2».// «Городские вести», № 164, 12.11.2005 (Постановление, приложение № 1), «Городские вести», № 165, 15.11.2005 (приложение № 2).
9. Федеральный закон от 14.06.1995 № 88-ФЗ (ред. от 02.02.2006) «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».// Российская газета, № 117, 20.06.1995.
10. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014).// Российская газета, № 164, 31.07.2007.
11. Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования». // Российская газета. – № 137. – 28.07.2009.
12. Никитский, А.А. Основы финансовой науки и политики / А. А. Никитский. – М.: Книгоиздательство «Польза» В. Антикъ и Ко, 1909. – С. 100;

***Информационные ресурсы Интернета***

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru.

**4.3. Основные функциональные характеристики   
коммуникативного блока (разработанный веб-сайт)**

Реализация дистанционного курса будет осуществляться через веб-сайт проекта. Для размещения материалов зарегистрирован домен fin-gram.ru.

В соответствии с условиями технического задания сайт включает в себя следующие разделы:

1. Раздел «О проекте», соответствующий информационному блоку технического задания и содержащий общую информацию о целях и задачах проекта, целевой аудитории, на которую он рассчитан, используемых методах обучения и их преимуществах. Частично данная информация доступна на главной странице сайта (рис. 1), частично доступна к ознакомлению в меню, содержащем текстовые ссылки.

2. Раздел «Обучающие материалы», соответствующий методическому блоку технического задания и содержащий учебные материалы для самостоятельного освоения по следующим темам: «Развитие предпринимательского образа мышления», «Роль бизнес-плана в получении финансирования», «Основные этапы регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», «Выбор источников финансирования», «Анализ рынка, ценообразование и конкуренция», «Управление финансами и финансовый контроль», «Способы оптимизации налоговых платежей», «Программы поддержки предпринимательства» (рис. 2).

Учебные материалы по каждой теме содержат:

– описание целей и задач обучения, перечень формируемых знаний, навыков, компетенций (рис. 3);

– обучающий материал (рис. 4);

– глоссарий (рис. 5);

3. Раздел «Вебинары», соответствующий семинарскому блоку технического задания и содержащий интегрированную площадку для проведения практических семинарских занятий (вебинаров) в режиме онлайн (http://webinar.fm/). Использование данной площадки не требует от слушателя загрузки и установки дополнительного программного обеспечения, предоставляет возможности использования в ходе вебинара функций чата (слушатели имеют возможность задавать вопросы преподавателю по ходу вебинара) и аудио- и видеозаписи проводимых занятий, демонстрации презентационных материалов в форматах PowerPoint, PDF, ODP, PNG, воспроизведения видео MP4, FLV, YouTube.

4. Раздел «Форум», соответствующий коммуникационному блоку технического задания и предоставляющий возможность для общения посетителей и специалистов, осуществляющих модерацию сайта (рис. 6).

В целях фиксации результатов входного и выходного тестирования пользователей сайта на сайте реализована процедура регистрации (рис. 7). После регистрации пользователям становится доступным участие в работе форума, доступ в личный кабинет с сохраненными результатами тестирования и т. п.



Рисунок 1 – Главная страница веб-сайта



Рисунок 2 – Раздел «Обучающие материалы» веб-сайта

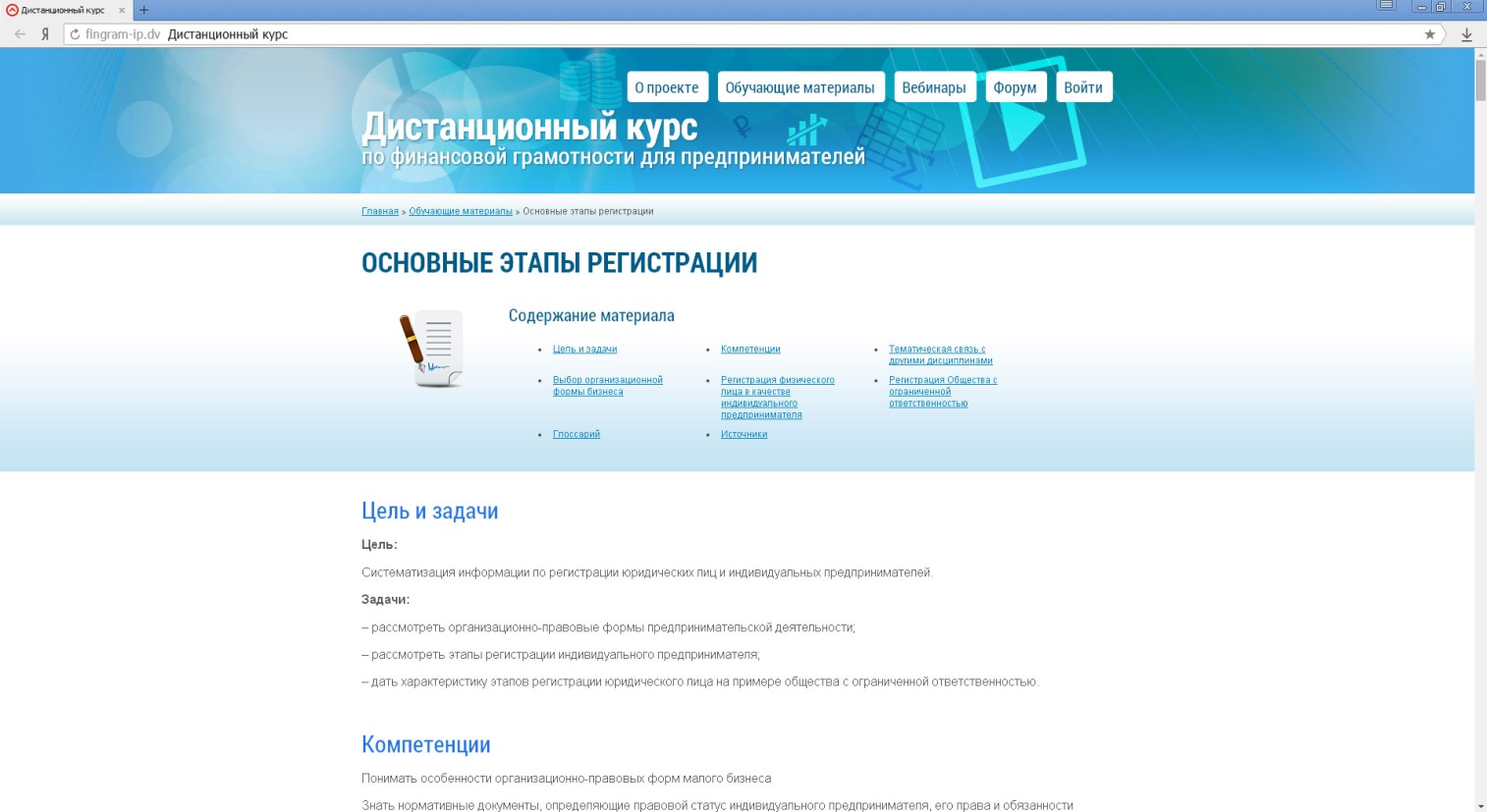


Рисунок 3 – Вкладка «Цели и задачи. Компетенции» темы «Основные этапы   
регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»



Рисунок 4 – Вкладка «Обучающие материалы» темы «Основные этапы   
регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»



Рисунок 5 – Вкладка «Глоссарий» темы   
Способы оптимизации налоговых платежей

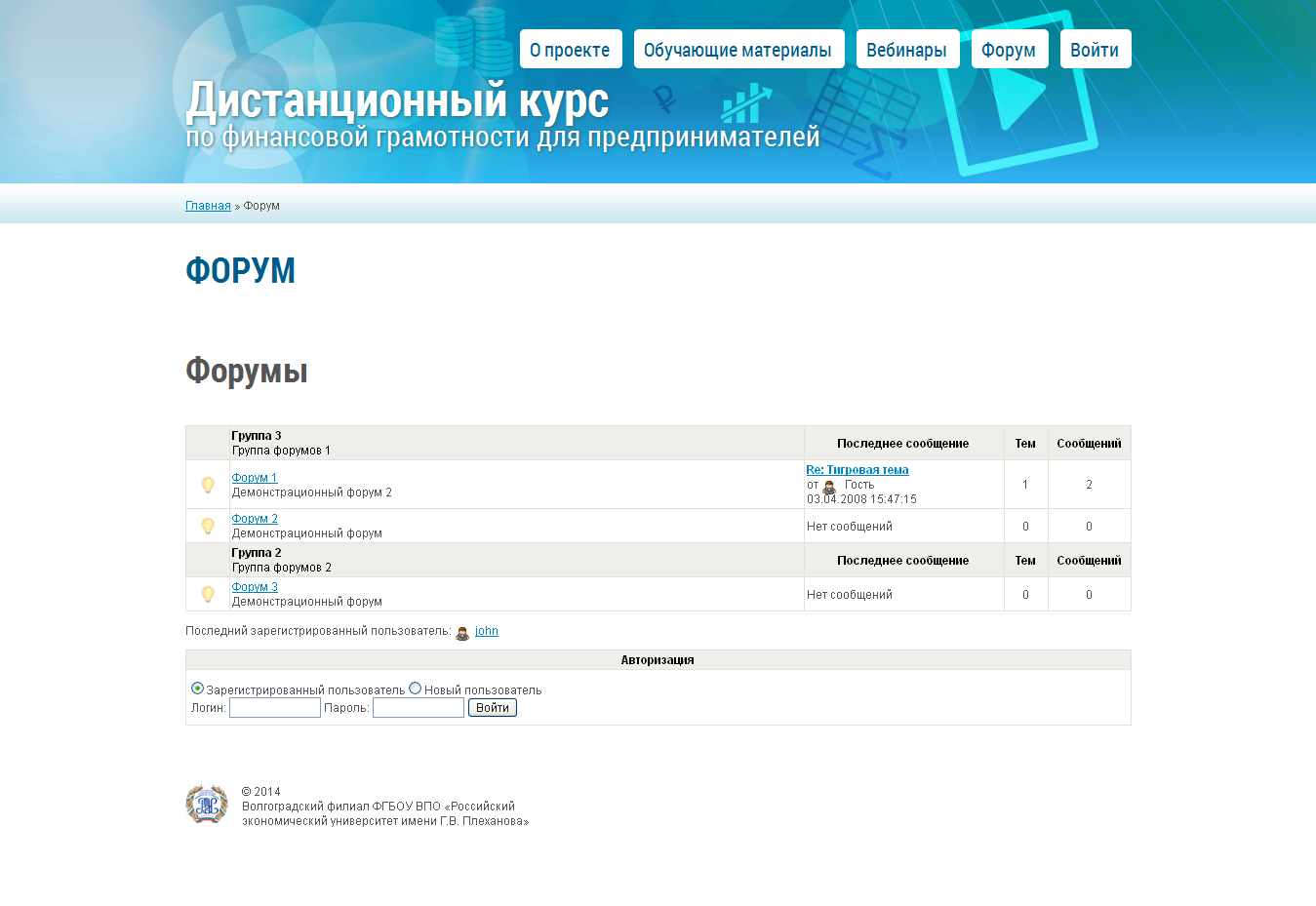


Рисунок 6 – Раздел «Форум» веб-сайта

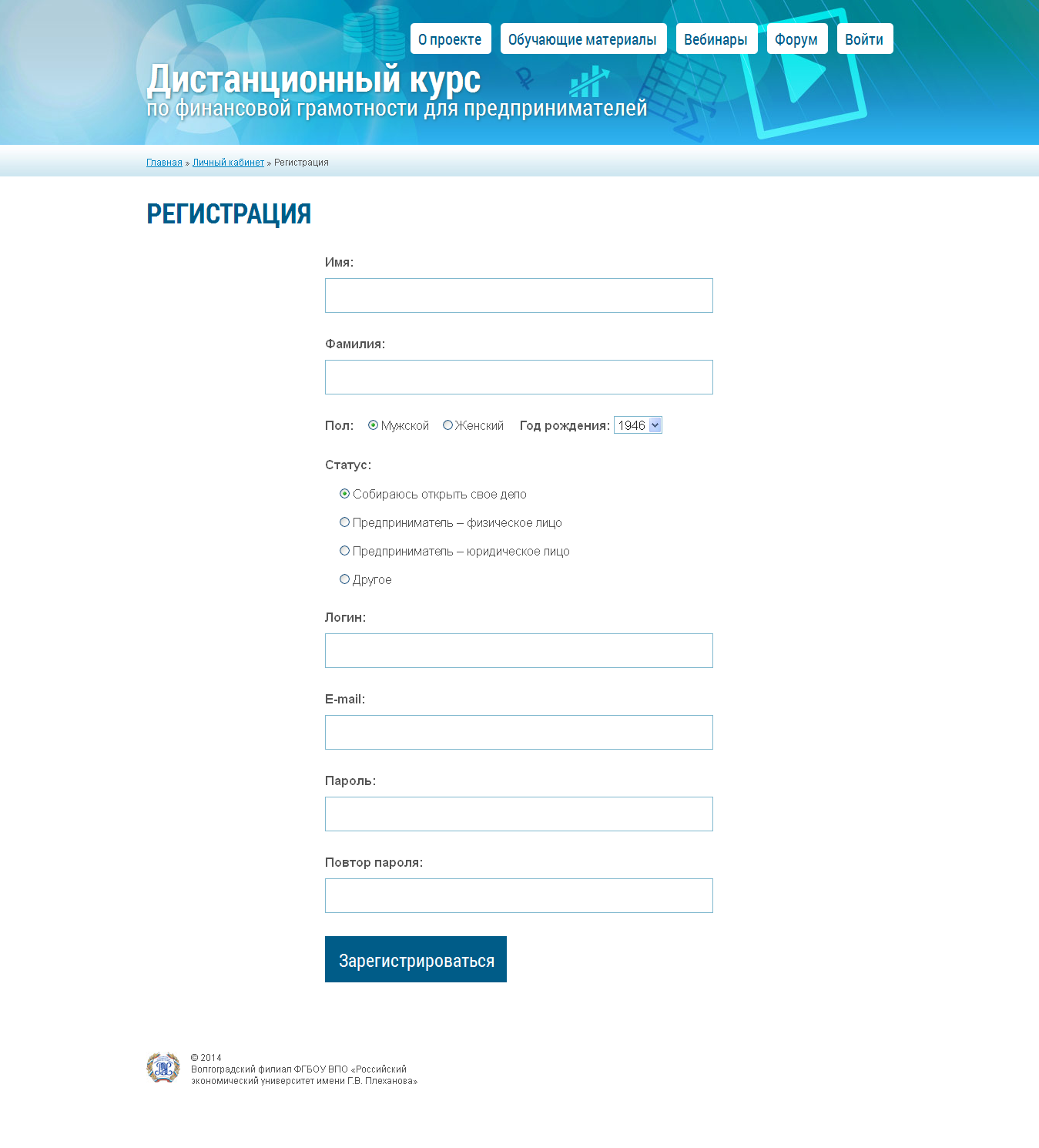


Рисунок 7 – Регистрационная форма

Для оценки уровня финансовой грамотности посетителям сайта при регистрации предлагается пройти входное тестирование, осуществляемое в форме компьютерного теста: тестируемый должен выбрать правильный ответ на вопрос из предложенных альтернатив (рис. 8). Результаты тестирования отражаются в личном кабинете.

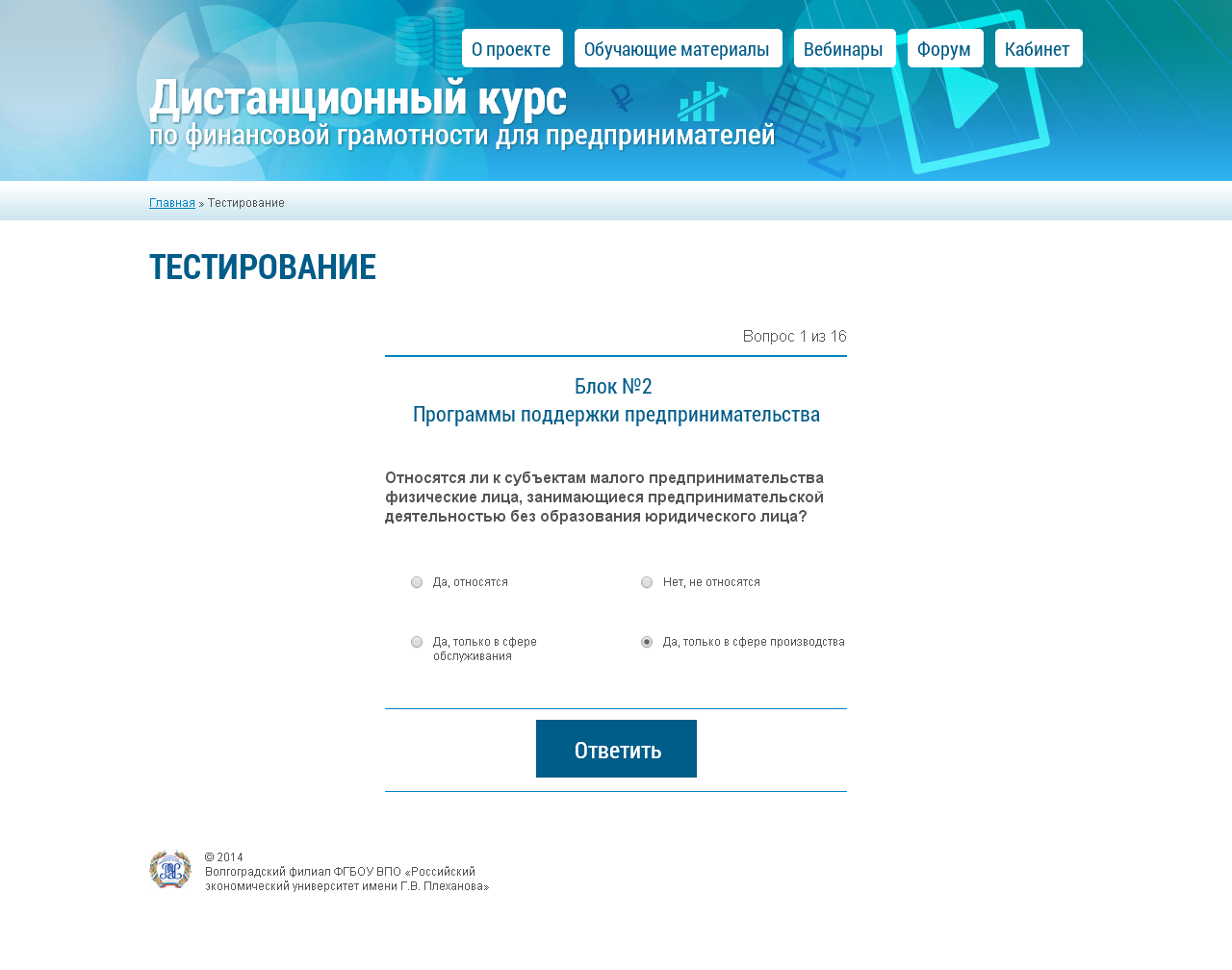


Рисунок 8 – Форма входного тестирования

Аналогичная возможность (прохождение выходного тестирования) предусмотрена после знакомства пользователя сайта с материалами по каждой теме раздела «Обучающие материалы».