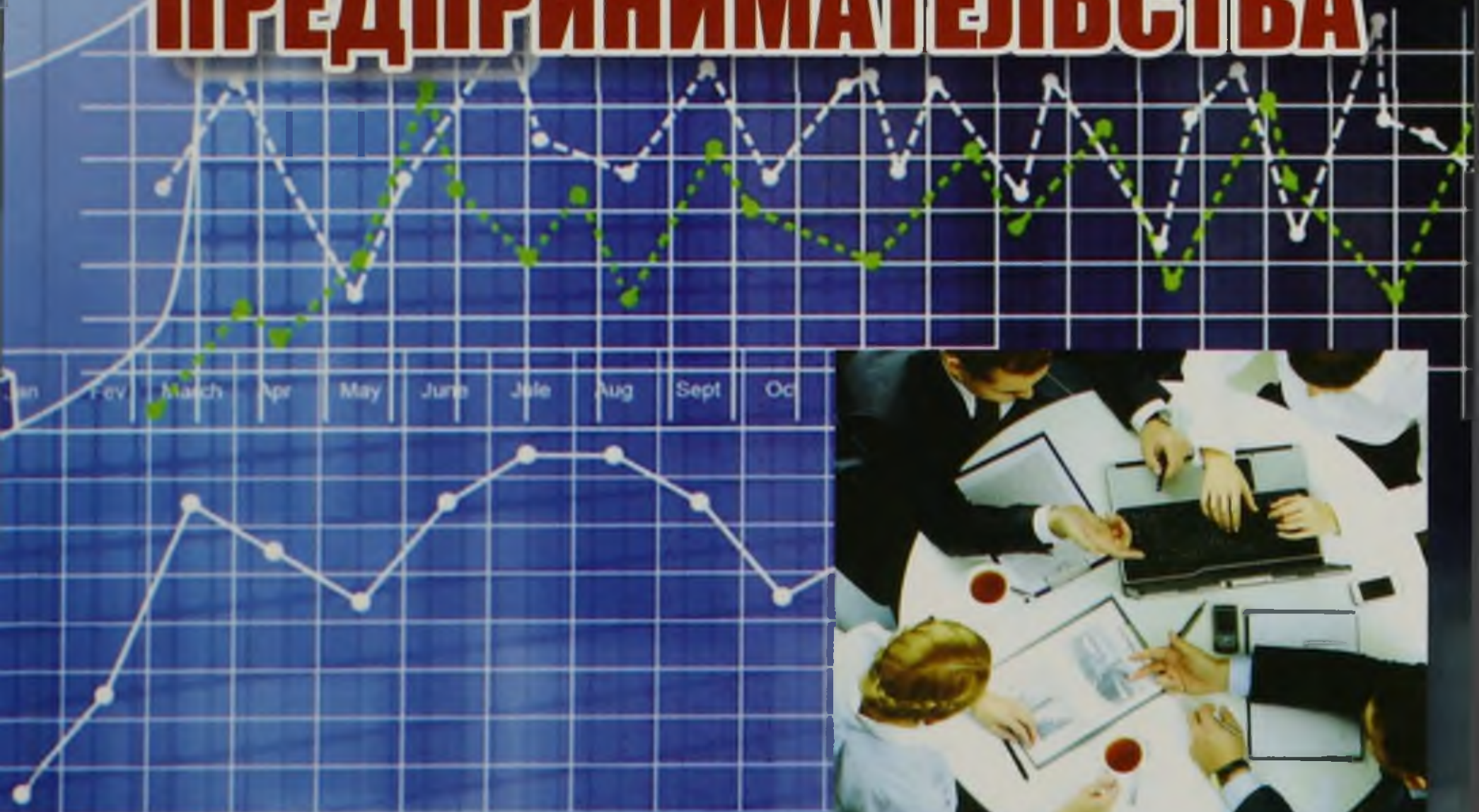
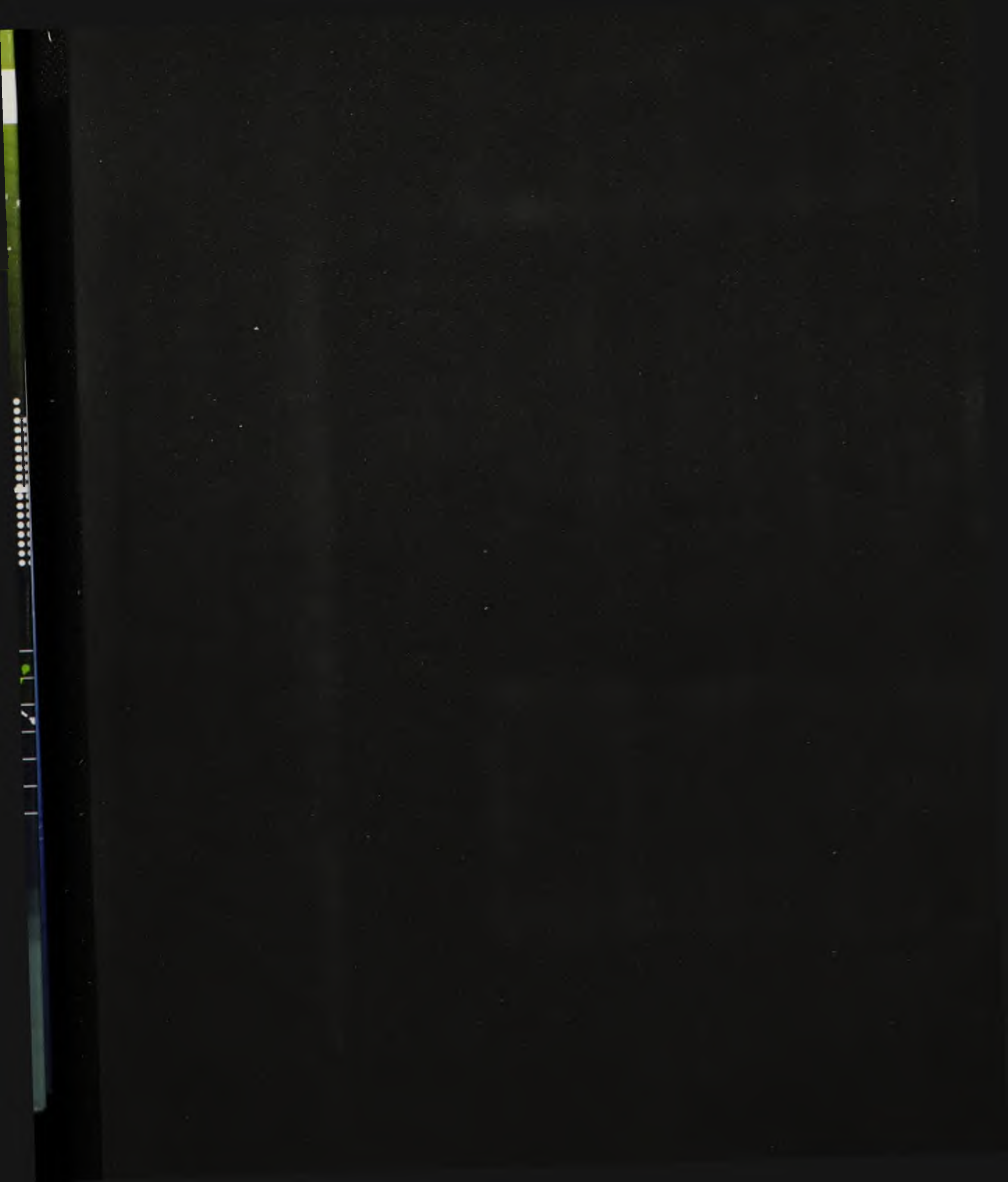


D.Y. Dzhakupova

FUNDAMENTALS OF ENTREPRENEURSHIP

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА





ЭЖ
0071070
D99

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

У
- КН5КК -

D.Y. Dzhakupova

**FUNDAMENTALS OF
ENTREPRENEURSHIP**

**ОСНОВЫ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Almaty, 2018

SILKWAY ХАЛЫҚАРАЛЫҚ
УНИВЕРСИТЕТІ
КІТАПХАНА

UDC 334(075)
LBC 65.29я7
D 99

*Recommended for publication as a training manual by the
Academic Council of Karaganda state medical University*

Reviewers:

- B.A. Akhmetzhanov** – d.e.s., professor, the Head of the department «Economy of Enterprise», KSTU
- A.Omarova** – PhD, Associate Professor of Management and innovation department, KEU of Kazpotrebsoyuz
- S.G. Nadirova** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, senior lecturer of the Department of history of Kazakhstan and SPD, KSMU

Dzhakupova D.Y.

D 99 Fundamentals of Entrepreneurship. Основы предпринимательства –
Training manual. / D.Y.Dzhakupova. Almaty. «Bastau» 2018. – 296 p.

ISBN 978-601-7275-80-8

The study guide on the bases Fundamentals of Entrepreneurship in a concise and accessible form reveals the content of the entrepreneurial environment, leadership in entrepreneurship, entrepreneurial risk, business culture, business plan. This study guide is intended for students in English and is designed to assist students in the preparation for exam on the fundamentals of Entrepreneurship and preparation for seminars.

Учебное пособие по основам предпринимательства на русском и английском языках в краткой и доступной форме отражает основные теоретические аспекты содержания предпринимательской среды, лидерства в предпринимательстве, предпринимательский риск, бизнес-культуру, бизнес-план. Это учебное пособие предназначено в помощь студентам при подготовке к семинарским занятиям, выполнению заданий СРСп и СРС.

UDC 334(075)
LBC 65.29я7

ISBN 978-601-7275-80-8

© D.Y.Dzhakupova, 2018
© «Bastau», 2018

FUNDAMENTALS OF ENTREPRENEURSHIP

Content

List of abbreviations	5
Introduction.....	6
Topic 1. Fundamentals of Entrepreneurship.	
Business Environment	7
Topic 2. The types and forms of entrepreneurial activity.	
Organizational and legal forms of entrepreneurship	17
Topic 3. Government support of business activities.	
Forms of Business Organizations in Kazakhstan.	
Procedure of the Registration of Legal Entities in Kazakhstan.....	31
Topic 4. Technology of marketing research.....	41
Topic 5. Organization of the account of labor resources,	
use of working time, wages	52
Topic 6. Costs, prime cost and income	65
Topic 7. Business performance, measuring and evaluating.	
Leadership in Entrepreneurship	73
Topic 8. Business plan: structure and form.	
Technology for developing a business plan.....	80
Topic 9. Concept of feasibility study. Business Agreement	92
Topic 10. The tax system in the infrastructure business	100
Topic 11. Entrepreneurial risk. Culture of entrepreneurship	108
Conclusion	122
Test Questions	124
Situational Tasks.....	129
List of references	132
Glossary	134

List of abbreviations

CFROI	Cash flow return of investment
I	Invested capital by owners to company in units
JSC	Joint Stock Companies
LTD	Limited partnerships
MCI	Monthly calculation index
METRE	Management, economic, technical, risk environment
MSRP	Manufacturer's suggested retail price
NB	National Bank
NPV	Net Present Value in units
PV	Present Value of future benefits from investment in units
RK	Republic of Kazakhstan
STC	Synergy, time and cost
TNCs	Transnational companies
TV	Television
USA	United States of America
UN	United Nations
VAT	Value added tax

Introduction

The main objective of the study guide is a statement of educational material in the form that is easy to understand for students studying in English.

Under present conditions, with the introduction of active methods of teaching and the transition to the credit system of education there is supposed reduction of classes and expanding of students' independent work.

The main task of the study guide is to help students, future doctors studying fundamentals of entrepreneurship, micro- and macro levels in entrepreneurship, entrepreneurial environment, leadership in entrepreneurship, entrepreneurial risk, business culture, business plan. Cause – effect relationship, interdependence and the contradictory nature of economic processes are more convincingly proved by this method and visual perception of the material helps to perpetuate it in the memory of students.

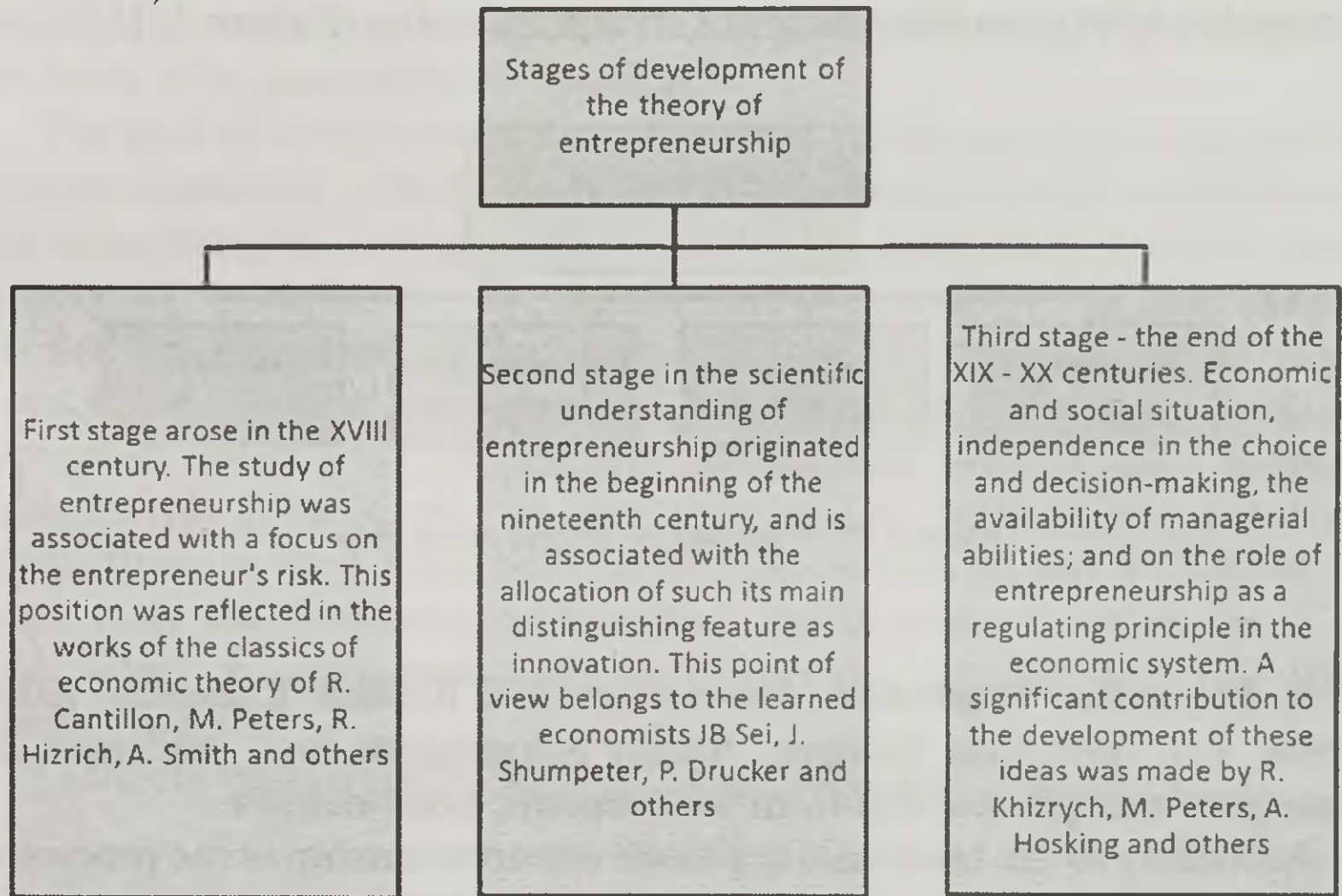
In the study guide in a concise and accessible form are disclosed the contents of fundamentals of entrepreneurship. There is brevity, a sufficient breadth of issues and topics. This is certainly true in terms of constant deficit of educational time available in universities for studying the subject "Fundamentals of Entrepreneurship" and a lack of textbooks in English. The manual provides material that is more important in terms of development of the main State standard sections in the fundamentals of Entrepreneurship. It focuses on the themes and issues that mostly contribute to the formation of thinking of future doctors.

The study guide is built on the principle of the unfolding spiral of economic thought in the history of economics. Therefore, students are in contact with the problems that troubled the entrepreneurship of all times (problem of being, knowledge, human consciousness, etc.) While preparing the study guide the author has used publications of recent years as primary literature.

The study guide meets the requirements of higher education and can be recommended for students studying in English during the preparation for seminars and exams on the Fundamentals of Entrepreneurship.

Topic 1. Fundamentals of Entrepreneurship. Business Environment

As a result of the critical analysis of various theories, the following stages of development of the theory of entrepreneurship and the process of scientific understanding of entrepreneurship practice are singled out (Picture 1):



Picture 1 – Stages of the theory of entrepreneurship

It is possible to single out the modern stage of development of the theory of entrepreneurship, connected with shifting the emphasis on the managerial and innovative aspect in the analysis of the entrepreneur's actions, and, consequently, with the transition to an interdisciplinary level of analysis of problems of entrepreneurship.

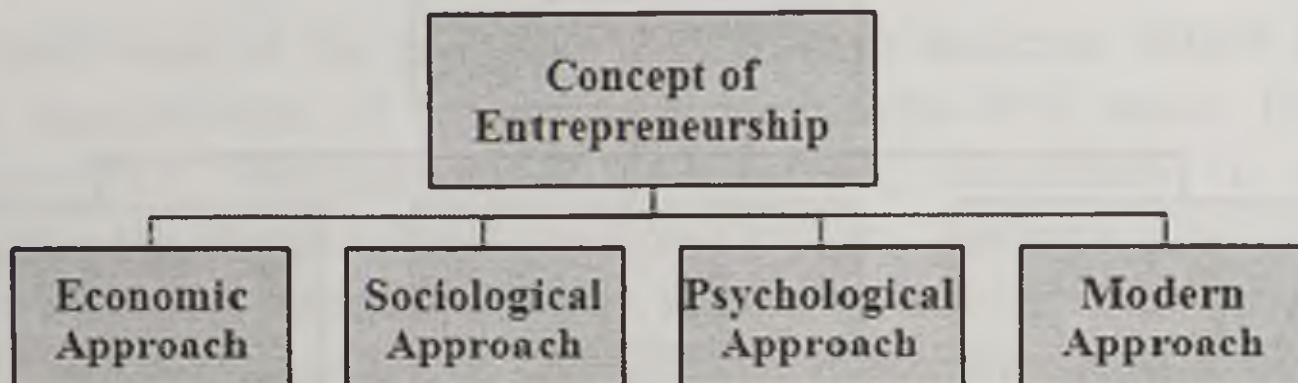
The most entrepreneurship is characterized by such features as independence, initiative, responsibility, risk, active search, dynamism, mobility. All this taken together, in the aggregate, should be inherent in economic activity so that it can be fully justified as an entrepreneurial one.

Entrepreneurship usually has a tactical mode of action, relative short-term commercial transactions, transactions.

The entrepreneur is inclined to carry out a number of successive operations of not very long duration. In some it succeeds, in others – failure, it is important that in general the profit is covered, exceeded losses. All this, however, does not exclude the connection of entrepreneurship with large, long-term economic projects.

Concept of Entrepreneurship.

Various economists, sociologists and psychologists have used different approaches to explain the concept of entrepreneurship (Picture 2) [1].



Picture 2 – Concept of entrepreneurship

1. Economic Approach: Economists like Richard Cantillon, Adam Smith, J.B. Say, Carl Menger, Joseph Schumpeter have explained the concept of entrepreneurship from the economic point of view.

According to the economic approach entrepreneurship is the process of initiating a new venture by organizing the resources required and accepting the risk involved therein. Entrepreneurship and ultimately economic development takes place when the economic condition is favourable.

An entrepreneur buys the factors of production at a certain price, converts them into products and sells them at an uncertain price.

2. Sociological Approach: Sociologists have emphasized the impact of social system, ethics, values, customs, and perception on entrepreneurship. They hold that entrepreneurship flourishes in those societies, which recognize the services of entrepreneurs, respect them and give approval to the business and wealth creation. According to them entrepreneur represents society's model personality.

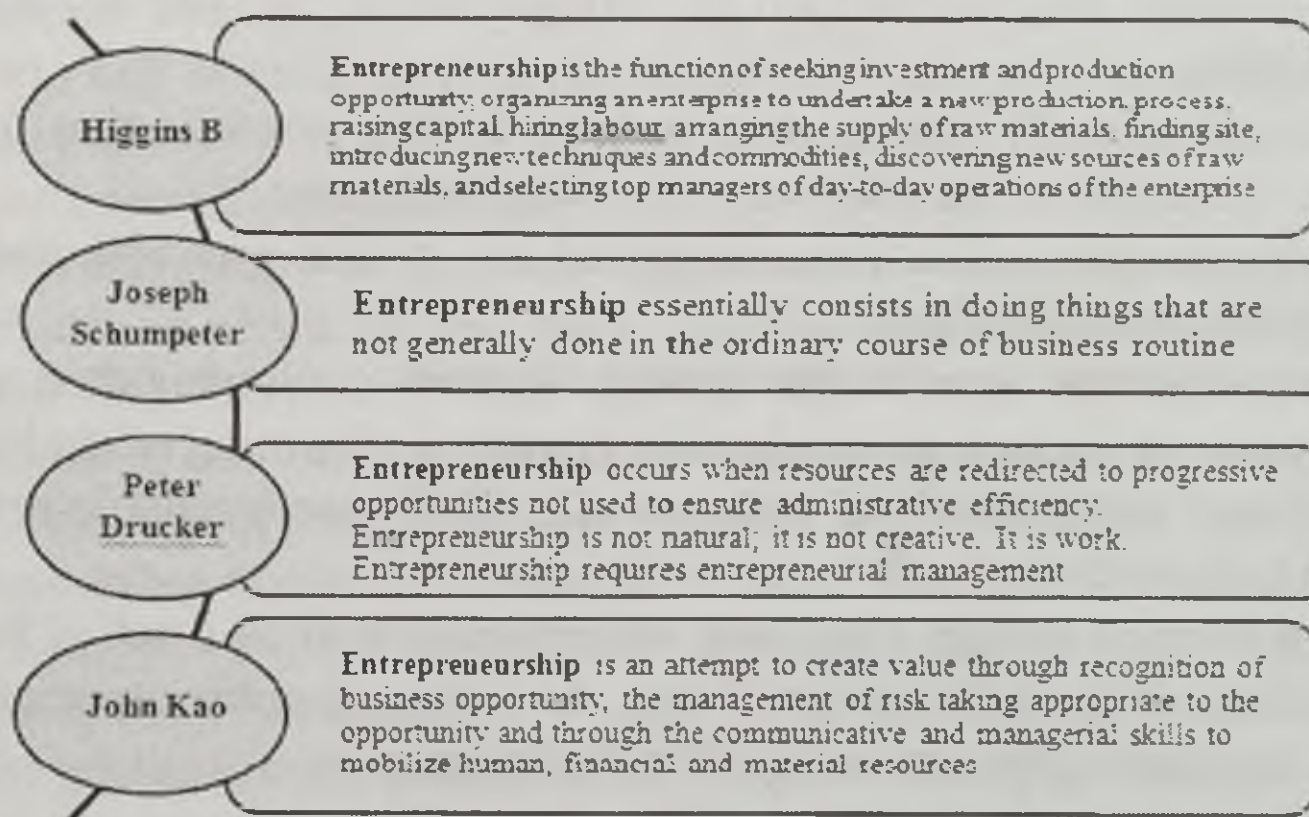
3. Psychological Approach: According to the psychological approach entrepreneurship is influenced by factors like high achievement, motive, self-reliance, creativity, desire to regain the lost status. The psychological approach is developed by Macmillan and Hansen.

4. Modern Approach: The modern approach states that entrepreneurs have to function under adverse conditions. There is a scarcity of labour, shortage of capital and uncertain market. Hence they require to possess organizing skills, innovative ability, decision making ability, risk bearing capacity [1].

Analyzing different points of view, we can conclude that entrepreneurial activity is the realization of the individual's special abilities, expressed in the rational combination of factors of production on the basis of an innovative risk approach.

The goal of entrepreneurial activity is the continuity of the reproduction process associated with the reproduction of demand and the satisfaction of the ever-changing, ever-growing needs of the individual or social group, society as a whole. In this regard, entrepreneurship is more correctly defined as a process of continuous search for changes in the needs, demand of the final consumer for products and services, meeting the identified need by organizing production, marketing, logistics, management focused on the best innovations, yielding the maximum productivity in each stage process of reproduction. In this definition, the focus is on the consumer, on his needs, satisfaction of which due to the high level of organization of entrepreneurial activity and can bring maximum profit.

Different types of definitions of Entrepreneurship (Picture 3) [2].



Picture 3 – Definitions of Entrepreneurship

Thus, the purpose of entrepreneurial activity is to profit from the maximum satisfaction of social needs.

The goals of entrepreneurial activity are achieved through the solution of a number of tasks:

1. selection of the most optimal organizational and legal form of the enterprise;
2. practical mastering of the chosen production direction;
3. the study of the market situation, including the study of demand, as well as an assessment of the capabilities of existing and potential competitors;
4. maintenance of liquidity of the enterprise, i.e. constant availability of cash and other liquid assets that allow payments on liabilities (employees, suppliers, creditors);
5. compliance with environmental and ethical-social requirements, which provide for the entrepreneur's responsibility to the community.

The main features of entrepreneurial activity:

- ✓ independent activity of capable citizens and their associations, which implies own choice of the sphere of entrepreneurship;
- ✓ Initiative activity of capable citizens, aimed at realizing their abilities and meeting the needs of other people and society;
- ✓ a process aimed at systematic extraction of profit (income);
- ✓ activities carried out by natural persons registered as individual entrepreneurs or legal entities on legal grounds;
- ✓ systematic implementation of entrepreneurial activity for a certain period of time;
- ✓ the process of creating new goods, works, services that have an increased consumer value relative to existing analogues;
- ✓ entrepreneurial activities are carried out at their own risk and under their property responsibility;
- ✓ activities that involve the search for and implementation of new combinations of factors of production (renewal of products, technology, organizational approaches) in order to effectively use available resources and meet consumer demand.

In a developed market economy, entrepreneurship as a set of business organizations, individual entrepreneurs, as well as complex associations of business structures performs a number of functions.

Main functions of business:

1. general economic;

2. creative-search (innovative);
3. resource;
4. social;
5. organizational.

Some scholars believe that entrepreneurship is inherent in the political function, which, as a rule, associations (unions) of entrepreneurs.

The most important function of entrepreneurship is resource. The development of entrepreneurship involves the effective use of both reproducible and limited resources, and under the resources should be understood all material and non-material conditions and factors of production. Of course, first of all, labor resources (in the broadest sense of the word), land and natural resources, all means of production and scientific achievements, as well as entrepreneurial talent. An entrepreneur can achieve the highest success if he can generate scientific and technical ideas, innovations in the sphere of activity in which he creates his own business, will use highly skilled labor, effectively consume all kinds of resources. But the pursuit of the maximum income (profit) of entrepreneurs often leads to predatory use of resources. Such entrepreneurs are harmful to the environment and the population by their activities. In this regard, the regulatory role of the state, which establishes forms of the responsibility of entrepreneurs for the misuse of the resource function, which is contradictory and of a double character, acquires great importance. The entrepreneur as the owner of resources is interested in their rational use and at the same time can relentlessly treat the public resources. This is evidenced by the history of enterprise development and the history of scientific and technological revolutions, the consequences of which are contradictory for man.

Entrepreneurship as a new type of anti-bureaucratic economic management is characterized by a creative-search, innovative function, connected not only with the use of new ideas in the process of entrepreneurial activity, but also with the development of new means and factors for achieving the set goals. The creative function of entrepreneurship is closely related to all other functions and is determined by the level of economic freedom of business entities, the conditions for making managerial decisions.

In the process of the formation of a market economy, entrepreneurship acquires a social function, manifested in the ability of every capable individual to be the owner of the business, with the greatest return to show

their individual talents and capabilities. This function is more evident in the formation of a new stratum of people – enterprising people, gravitating toward independent economic and economic activities, capable of creating their own business, overcoming the resistance of the environment and achieving the set goal. At the same time, the number of employees is increasing, which, in turn, are economically and socially dependent on how sustainable the activities of entrepreneurial firms are. The more efficiently the business organizations operate, the more significant are the revenues of their funds to the budgets of various levels and to state extra-budgetary social funds. At the same time, the development of entrepreneurship provides for an increase in the number of jobs, a reduction in the level of unemployment, and an increase in the social status of wage earners [2].

Organizational function is manifested in the acceptance by entrepreneurs of an independent decision to organize their own business, diversify it, introduce intra-firm entrepreneurship, form entrepreneurial management, create complex business structures, change the strategy of the entrepreneurial firm, etc. Organizational function is especially clearly manifested in the rapid development of small and medium-sized businesses, as well as in "collective (network) entrepreneurship", in the creation of national enterprises. Consequently, the essence of entrepreneurship is most complexly manifested in a combination of all its inherent functions that are objectively inherent in civilized entrepreneurship, but largely depend on the subjects of entrepreneurial activity, on the system of state support and regulation of entrepreneurship.

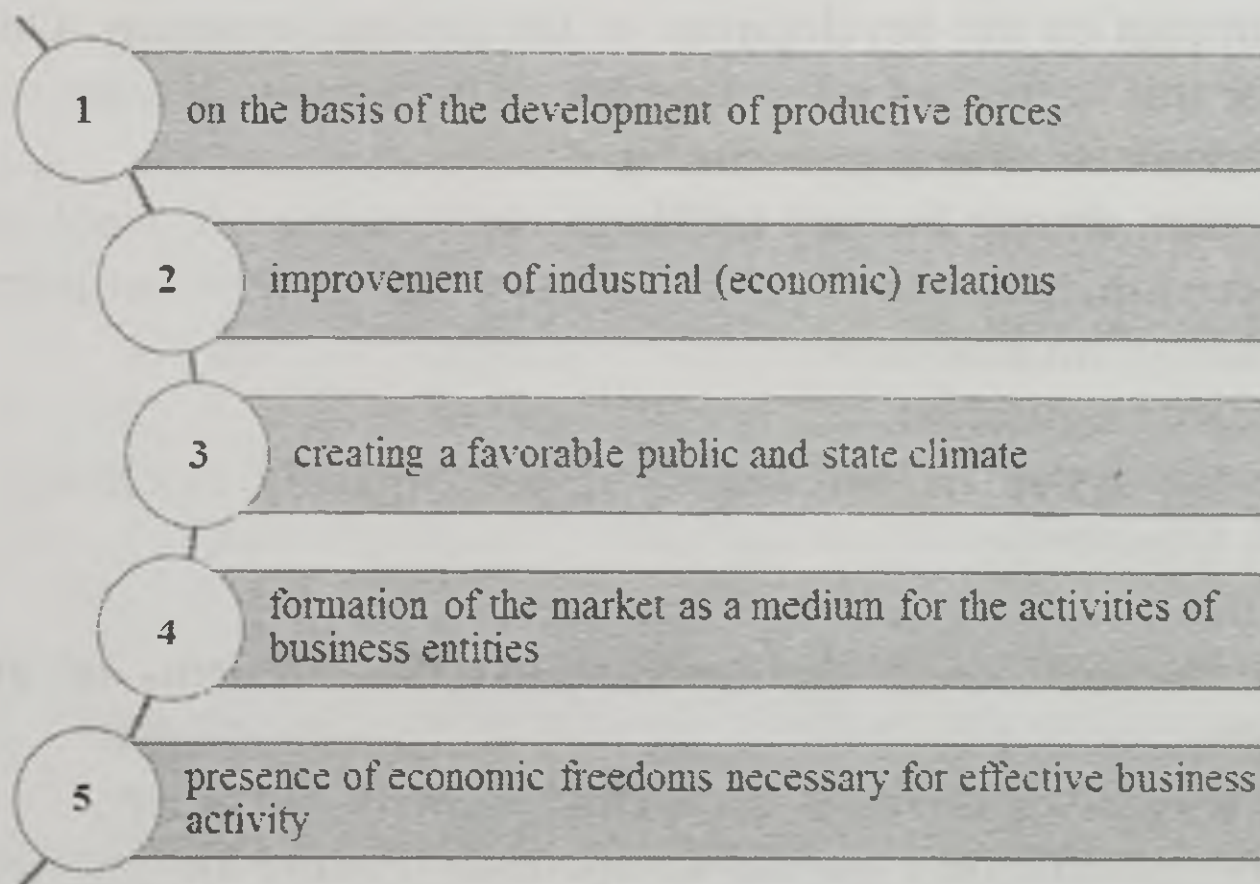
Defining in a developed market economy, is a common economic function, objectively conditioned by the role of business organizations and individual entrepreneurs as subjects of the market. Entrepreneurial activity is aimed at the production of goods (works, services) and their delivery to specific consumers: households, other entrepreneurs, the state, which, above all, predetermines the overall economic function. Moreover, entrepreneurial activity is carried out by the subjects under the influence of the entire system of economic laws of the market economy (demand and supply, competition, value, etc.). What is the objective basis for the manifestation of the overall economic function, Progressive development of entrepreneurship is one of the determining conditions for the economic growth, increase in gross domestic product and national income, and this factor also acts as a manifestation in the system of economic relations of the common economic function.

For successful implementation of entrepreneurial activity, it is necessary to rely on the following principles:

1. independence, freedom of choice, direction and method of action;
2. freedom to choose activities (subject to legal restrictions);
3. independent formulation of an activity program, selection of suppliers and consumers, pricing;
4. free hiring of employees;
5. free distribution and use of profits;
6. independent implementation of foreign economic activity;
7. aiming at achieving success (profit);
8. presence of risk;
9. personal responsibility for the results;
10. flexibility, efficiency;
11. involvement of business and property of legal entities and individuals.

Business Environment

The term Business Environment is composed of two words 'Business' and 'Environment'. In simple terms, the state in which a person remains busy is known as Business. The word Business in its economic sense means human activities like production, extraction or purchase or sales of goods that are performed for earning profits [3].



Picture 4 – Business environment

On the other hand, the word 'Environment' refers to the aspects of surroundings. Therefore, Business Environment may be defined as a set of conditions – Social, Legal, Economical, Political or Institutional that are uncontrollable in nature and affects the functioning of organization.

The Business environment consists of 5 parts (Picture 4).

The conditions for effective entrepreneurial activity are a combination of objective and subjective factors that allow entrepreneurs to achieve their goals and solve their tasks. An effective business environment should provide entrepreneurs with two basic conditions:

- ✓ first is the economic freedom of activity;
- ✓ second is the possibility of organizational and economic innovation.

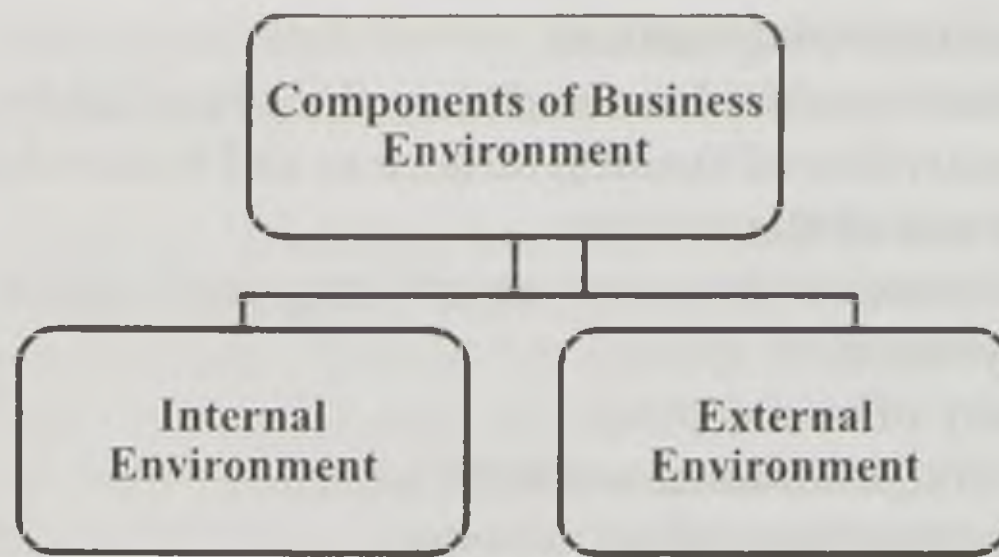
The entrepreneurial environment, in conditions of civilized market relations, creates a favorable socio-economic, political, civil-legal situation that provides fair competition to able citizens for engaging in entrepreneurial activities. For a market-based entrepreneurial system, the main content of competition is the struggle for the consumer through the satisfaction of his needs. Competition, in market conditions, turns the consumer into a kind of indicator of the effectiveness and relevance of entrepreneurial activity.

Currently, for a number of objective and subjective reasons, the activities of most business structures are uncompetitive. Low competitiveness of market entities of entrepreneurial activity has a negative impact on the development of the national economy. One of the reasons for this is the underdevelopment of the system of state regulation of the development of entrepreneurship.

In addition, among the key problems constraining the development of entrepreneurship, there are external factors of the business environment:

1. administrative barriers;
2. unstable legislation;
3. the tax system is not able to respond quickly to changes in the regulatory framework;
4. difficult access to financial resources;
5. the financial crisis that exacerbated the problems of attracting investments;
6. the unresolved issues of intellectual property and others.

Business Environment has two components (Picture 5):



Picture 5 – Components of Business Environment

External business environment.

The external entrepreneurial environment is a set of external factors and conditions directly or indirectly affecting the entrepreneurial activity itself, including its formation and development.

The external business environment is a complex system of external regulation of entrepreneurial activity, therefore it is objective for individual entrepreneurs and legal entities, since they can not directly change it (for example, federal laws, natural factors, etc.), but must be taken into account when own business.

The external business environment, as an integrated system, includes the following subsystems:

1. economic situation in the region, country;
2. a political situation characterized by the stability of the development of society;
3. the legal environment;
4. state support and regulation of entrepreneurship;
5. presence of natural factors of production;
6. the physical environment associated with the climatic (weather) conditions of the functioning of business organizations, the absence of manifestation of force majeure natural disasters;
7. the level of unemployment and solvency of the population;
8. institutional and organizational environment, which indicates the existence of a sufficient number of organizations that provide the opportunity to conduct commercial transactions, business ties, etc.;
9. manifestation of terrorism.

Internal business environment.

Factors of the internal environment are directly related to the financial and economic activities of business structures and those relations, contacts that arise as a result of this activity.

Internal business environment as an integrated system includes the following subsystems:

- ✓ availability of own capital;
- ✓ choice of organizational and legal form;
- ✓ choosing the subject of the activity;
- ✓ selection of partners;
- ✓ knowledge of the market;
- ✓ recruitment and management, etc.

To the factor of the internal environment it is possible to attribute and observance of laws and legal acts regulating business activity.

It turns out that the internal business environment is subjective in nature and in many respects depends on the owner (leader), i.e. his competence and ability to manage personnel, changing situations, external and internal influences. In many ways, the internal business environment depends on the moral and psychological climate that prevails in the team.

Internal factors must include the motivation of employees, which should have not only a material form, but also a spiritual component.

Control questions:

1. What stages of development of the theory of entrepreneurship do you know?
2. What concepts of Entrepreneurship do you know?
3. Types of definitions of Entrepreneurship.
4. What main functions of business do you know?
5. Business environment: external and internal business environment.

Topic 2. The types and forms of entrepreneurial activity. Organizational and legal forms of entrepreneurship

Under the typology of entrepreneurship is understood the doctrine of various types, types, spheres of entrepreneurial activity, determined by significant characteristics, allowing to classify this particular economic (economic) activity to a certain type (kind).

In the theory of entrepreneurship, there are different approaches both in establishing the criteria that allow to classify entrepreneurship, and in determining the qualitative and quantitative characteristics of these characteristics, so often referring a particular entrepreneurial activity to a particular type can be relatively "blurred", overly generalized [4].

When establishing types of entrepreneurship, the objects of entrepreneurial activity, the legality of its implementation, the final results, the rates of growth, the introduction of innovations, etc., are of decisive importance.

The main features of this classification:

1. forms of ownership;
2. legality;
3. coverage of the territory;
4. the list of founders;
5. number of employees and turnover;
6. growth rates and level of profitability;
7. level of use of innovations, etc.

By **forms of ownership**, there are three types of entrepreneurship: private (the owner is one person), the collective (the group of owners), the state (the owner of state structures). And the latter, is developing both nationwide (state level), and at the level of regions, districts, cities. In the latter case, the owners of the means of production are administrations of regions, cities, districts, settlements, etc.

On grounds of **legality**, entrepreneurship is divided into: legal, illegal, pseudo-entrepreneurship.

Legal business arises when the registration of a firm, the activity of a firm occurs with or without missing permits (for example, licenses), etc. False entrepreneurship involves the opening of a firm without the intention to engage in commercial activities.

Depending on the distribution of activities in different territories, entrepreneurship is divided into: local, regional, national, international and world.

From the point of view of the pace of development, the level of profitability and profit, business organizations can be divided into: fast growing, slow-growing companies, highly profitable and low-profit organizations that carry out low-risk and very risky businesses.

The forms of responsibility of participants (founders) of business organizations for the results of their activities are distinguished by organizations with full responsibility, as well as with joint and subsidiary liability. Depending on the mechanism of creation, the number of founders (participants), processes of functioning and management, it is necessary to single out simple and complex entrepreneurial organizations.

Depending on the directions of activity, the following types of entrepreneurship are distinguished:

- industrial enterprise;
- commercial and commercial entrepreneurship;
- intermediary business;
- Financial and credit business.

Entrepreneurial activity in the financial services market represents the totality of this activity (taking into account the specifics and features) in the following markets:

- ✓ on the securities market;
- ✓ in the market of banking services;
- ✓ on the insurance services market;
- ✓ in the market of other financial services.

Enterprises and entrepreneurship exist in different organizational forms. Such organizational forms are called individual farming, partnership and corporation. The concept of "organizational form" reflects individual forms of uniting people to carry out their common activities within a certain structure.

In the economy, the classification of enterprises is distinguished according to the degree of concentration of production. This includes: small firms, medium and large. Each of these forms has positive and negative moments, respectively. Some characteristics of this classification are given in table 1.

Having considered the main classification characteristics of entrepreneurial firms, the characteristics of some of their forms, it must be noted that each of them has both positive features and negative features. Proceeding from this, the choice of the organizational structure of the business, based on the objectives of the business plan, should be based on

the priority of creating such a company, the advantages of which are the most suitable for the project, and the shortcomings are minimized.

Table 1 – Classification of enterprises by the degree of concentration of capital

Company type	Role in the economy	Advantages for the economy
Small firms	1. Create the foundation of a market economy. 2. Support the competition.	1. Cooperation of small firms with large firms gives sectoral sustainability. 2. Small firms operate wherever the state and large companies are unprofitable. 3. Small business is the most attractive for the population. 4. In a number of countries, small business receives state support.
Medium-sized firms	The role in the economy is ambiguous. On the one hand they seek to monopolize and concentrate capital, but on the other hand they actively participate in the competition.	1. They do not have flexibility in comparison with small ones, but demonstrate greater survival than large ones. 2. They have a high niche specialization.
Large companies	1. They strive to monopolize their activities. 2. Constantly operates in a competitive environment, which leads to lower prices and better product quality.	1. Ensure mass production. 2. They are the conductor of scientific and technical progress. 3. They are characterized by stability, which stabilizes the economy. 4. There is the possibility of economies of scale, combination and employment on a large scale.

Market economy in a democratic society creates the necessary conditions for self-realization of each and the choice of such type of

activities, which, in the opinion of the individual, will be effective for him. The entrepreneur can either produce goods or provide services, to resell the goods for profit or to engage in brokering. In each case, the entrepreneur acts as a direct executor and the organizer of entrepreneurship. Since entrepreneurship in some extent linked with the main phases of the reproductive cycle – production of goods, performance of works and rendering of services, exchange and distribution of goods, their consumption, we can distinguish the following types of entrepreneurial activity: productive, commercial, financial, mediation, insurance, information and innovation.

Productive entrepreneurship is the most important type of entrepreneurial activity aimed at producing goods, rendering services and execution of works. However, this field of activity during the transition to a market economy has undergone the most negative changes: ruptured economic ties, disrupted logistics, fell sharply the product sales has worsened the financial condition of enterprises.

The performance of manufacturing business is carried out by enterprises that manufacture a variety of products, rendering works (construction, repair) that provide services (household information), to create spiritual benefits (teaching children, painting, music). To productive entrepreneurship are: and cafe, and a Barber shop, and school, and agricultural and automobile plant. These companies can sell their products by themselves, but their main function is production. The priority we must give a production enterprise, which defines all types of business, and is the most difficult.

The greatest development in the first years of transition to a market economy received a commercial enterprise. Its content is the commodity-monetary, trade, exchange operations.

Such operations are carried out in the form of the transaction of purchase and sale of goods and services. Here rather you can get a return on investment. Because here have invested a lot of energetic, enterprising people. Representatives of commercial business are various trade organizations and commodity exchanges sell consumer goods and means of production.

More and more market-based economy applies the mediation business. In the context of many economic ties, industrial and commercial organizations are not able to solve all the issues of sale or purchase of goods. Then they turn to the services of intermediaries. Representatives of

the brokerage business are institutions and individuals that take place between the producer and the consumer. The need for intermediaries arises when the manufacturer can directly sell the goods and the buyer to buy it. This need has intensified in the modern economy, when the traditional ties between enterprises were broken and a new one adjusted.

Mediation companies can also provide information, consulting and marketing services. Their agents are the brokers and dealers. In addition to pure brokerage transactions, brokerage firm can trade at your own discretion.

Financial entrepreneurship is, in fact, a kind of commercial enterprise. The main difference is that the object of the sale here is a specific commodity - money, currency, securities. Financial entrepreneur sells the money of one country for money of another country using exchange rates [5].

He also engaged in buying and selling securities. Agents financial business are commercial banks, stock markets, individual firms, even the citizens-entrepreneurs.

A special form of financial relations is the insurance business. Its necessity is associated with risk, which is an integral feature of a market economy. Every entrepreneur does so at their own risk and can not do a bad insurance risk. Insurance is the formation of funds and their use for damages in the event of unforeseen circumstances and on assistance to citizens in certain periods of life.

In terms of market insurance enterprise performs two functions:

- a) protects the enterprise and the public;
- b) provides a profit.

In recent years more and more development receives Advisory business. It has many directions and comparing the level of development in our country with developed countries, it can be concluded that in coming years it will develop rapidly.

The word "consultant" comes from Latin and means counselor. It must understand the specialist in the relevant field, giving advice on matters in their specialty. In foreign practice commercial, paid consultation for management is called consulting.

In industrialized countries with a market economy, investment in intellectual capital in the form of consulting services are considered to be no less effective than investing in new equipment or advanced technology. In modern conditions of transition to a market economy such relation to

the consultations is not observed. At the same time, the existing intellectual potential in the field of Economics and management is not fully used.

There is a paradoxical situation; the majority of the companies are in dire economic Straits for the reasons often organizational and managerial nature of maladjustment to market conditions, without using the intellectual potential in this area. Those leaders, who promptly asked for the help of consultants, have already felt the effect of financial and economic analysis, development of Wellness programs, active use of marketing, development, investment and financial policies.

The rapid growth and diversification of demand for all kinds of information becomes one of the urgent tasks faced by entrepreneurs new sphere - the sphere of information business.

The development of market relations, care team-administrative economy has affected the pace of development and innovation that are the Foundation of economic growth, enhance the competitiveness of enterprises and the economy as a whole.

All this causes the necessity of creation and development of innovative entrepreneurship. Innovative entrepreneurship is the process of creation and commercial use of technological innovations, based on innovative business lies innovation in the field of production or services, allowing you to create a new market to satisfy new needs, innovative entrepreneurship is a special innovative process, which is based on the constant search for the introduction of inventions, new technologies for production of innovative products with the opening of new sources of raw materials or new market products.

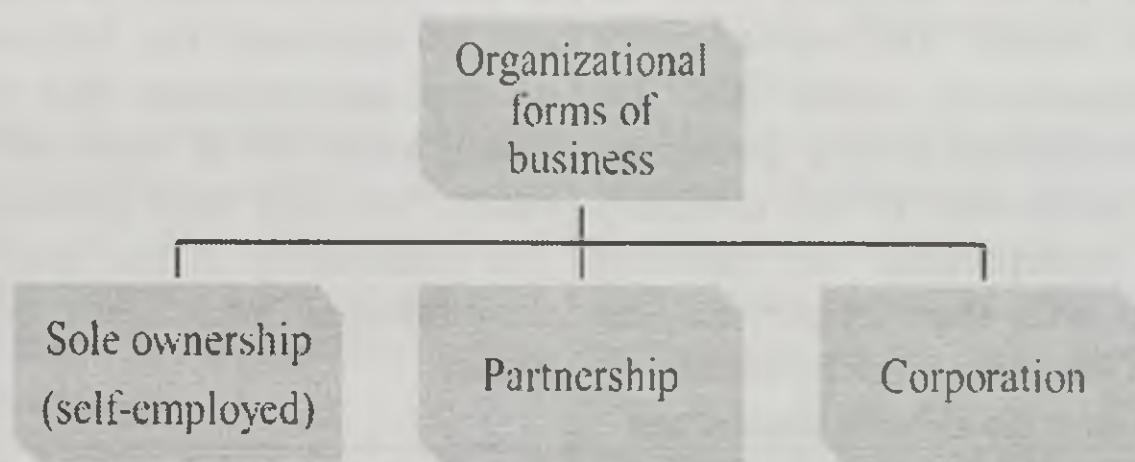
The main and decisive part of this type of entrepreneurship is the creation and manufacture of scientific-technical products, goods, works, information, spiritual values, subject to subsequent sale to buyers, consumers.

As a relatively independent, all kinds and forms of entrepreneurship are intertwined, complement each other. The priority we must give a production enterprise, which determines all forms of entrepreneurship and is the most complex. The modern organizational structure of business differ not only by types of activities. An important difference between them lies in the relations of ownership, which is manifested in various organizational forms. Since the enterprise is private property, depending on its kinds and distinguish the main forms of business (table 2).

Table 2 – The main types of ownership and forms of entrepreneurship

Types of property	Forms of entrepreneurship
Private ownership of the means of production	Entrepreneurship in the sphere of production and services
Private ownership of household resources	Consumer enterprise
Private property for labor	Labor entrepreneurship
State property	Public entrepreneurship

Property relations determine who and how assigns the means of production and its results and implements the management process. Co-operative form of ownership in agriculture, in fact, differed little from the state. The transition to a market economy is based primarily on overcoming the monotony and the creation of different forms of ownership. Different forms of ownership provide for the functioning of the various organizational forms of entrepreneurship. So, each stage of development of society correspond to certain forms of ownership and organizational business structure (Picture 6).



Picture 6 – Organizational forms of business

The classical form of private property presented in a market economy, units of business, which is called **sole ownership** or **self-employed**. This is the first organizational form that is considered by the criterion of ownership.

The second organizational business form is the **partnership** that is formed in the case of associations of capital of two or more economic entities. If the company is owned by numerous shareholders, then a **Corporation** is the third main organizational form of business enterprises in the market economy. In developed countries the share of individual

holdings in total number is the biggest, at least in monetary circulation and a small.

The essence of sole ownership is that all property of the firm belongs to one owner, who handles the firm receives profits and bears full personal responsibility for all obligations of the company. Sole ownership has its advantages and disadvantages (table 3).

Table 3 – Advantages and disadvantages of sole ownership

Advantages	Disadvantages
<p>1. As the profit belongs to the businessman, he is very interested in effective work. The concentration of profits in a few hands gives the opportunity to use it in the interests of business. Besides the profit of the entrepreneur in a market economy is considered as his individual income and taxed only individual income tax (not income tax, as in other cases)</p>	<p>1. It is primarily the limited opportunities for expansion capital. In such organizational structures, as a rule, income is not high, namely due to a possible increase in production volume and expansion of business enterprises. Often entrepreneurs do not have the competence that leads to bad decisions</p>
<p>2. The owner of the company costs on production is small. His management decisions immediately come use. He napasti the co-owners or any governing bodies. The small size of the company allows the entrepreneur to maintain direct contact with their employees and customers. Complete independence is very much appreciated by businessmen</p>	<p>2. The disadvantages of sole ownership can be attributed the full responsibility of the entrepreneur. For their debts, loans, losses he is responsible not only assets, but also their personal property. The bankruptcy of the enterprise is the simultaneous bankruptcy of its single owner</p>
<p>3. The sole ownership of the simplicity in the organization of the enterprise and its liquidation. In both cases, only the decisions of the entrepreneur</p>	<p>3. Sole ownership is the least sustainable entrepreneurial organizational forms. Annually in the countries with market economies, most newly created companies go bankrupt</p>

Therefore, considering the advantages and disadvantages of a sole enterprise, we can conclude that this form is better suited for those entrepreneurs who appreciate their independence, capable of great risk, give preference to trade with a short loop where you can quickly profits.

Partnership – is a form of business organization when two or more individuals leading the business as co-owners on the basis of a contract.

There are two types of partnership: ordinary, or General and limited liability. Partners pool their financial resources and ability to conduct business. They divide the market, profits and losses according to the agreement. An ordinary partnership assumes unlimited liability for the Affairs of the company in size as his donation, and his personal funds. Limited liability of partners never exceeds the amount they paid in.

The proportion of partnerships in a market economy, as a rule, small. They are more common in such industries as medicine, law, accounting, due to economic peculiarities of this form.

Partnership has its advantages and disadvantages (table 4).

Table 4 – Advantages and disadvantages of partnership

Advantages	Disadvantages
1. Grow the financial capacity of the enterprises in the merger of several capital. Banks are more willing to give loans to such businesses	1. Misunderstandings may arise between the partners, differences in their interests, which complicates the management process. Although the financial possibilities of the enterprise and wider than the "individualists", they are often insufficient for profitable operation of the business
2. Improving the management of the firm. Specialization comes in the management, i.e. the distribution of administrative functions among partners. In addition, there is a possibility to hire professional managers	2. In a relationship there is always an element of hindsight, for example, the unexpected withdrawal of any party from the case. In this case, other participants or the third party obliged to buy his share in the firm, because otherwise dispose of this contribution is impossible
3. Partnerships enjoy tax benefits because the value of each participant will be taxed as his individual income	3. A threat to the partnership, more than one special possession, may be unlimited liability. Each partner is responsible for all bad decisions – both their own and their partners. In the event of bankruptcy each of the parties may lose more than invested in the business

For example, companion, which owns a 1% ownership of the firm, responds in the same way as those who belong to the other 99% (of course, this is not the case of a limited liability company). Significant difficulties

arise also in the case of reorganization of the company, refocusing it on another production.

As you can see, the partnership form of business organization is appropriate for entrepreneurs who seek to increase their financial capabilities and willing to cooperate with partners.

The third organizational form of business is **Corporation**, the leading form of modern business. Although the number of corporations in market economies small, their share in creating the gross national product greatest.

The Corporation is a legal entity. Owners of corporations are many shareholders, dividing all property of the company. Each member-owner is responsible within their share of the assets of the Corporation. On behalf of its depositors of the Corporation as a legal entity that can acquire resources, produce and sell products, borrow, provide loans, to enter into contracts.

The Corporation is of two types: private and public (where a significant portion of its assets belongs to the state). As noted, we will only consider the forms of organization of private enterprise.

Corporation has its advantages and disadvantages (table 5).

Table 5 – Advantages and disadvantages of Corporation

Advantages	Disadvantages
1	2
<p>1. The Corporation is the most effective form of attracting financial capital. It has three sources of financing: retained earnings, Bank loans, sale of stocks and bonds All the profit of a Corporation is divided into two parts. One goes to the shareholders as dividends, the second is retained earnings, which is used for production development (on of preinvasive)</p>	<p>1. Pay more taxes per unit of profit compared with other organizational forms of business as are subject to tax and corporate profits, and dividends of shareholders</p>
<p>2. The owners of corporations (shareholders) have limited liability, meaning their personal assets are not jeopardized even in the case of bankruptcy. A person can invest in a dozen corporations and very little risk except money</p>	<p>2. Delineates the functions of ownership and control. Co-owners who have a slight interest in the assets of the Corporation (one hundredth or even thousandth of a percent), can't take full participation in management</p>

1	2
3. Corporations have the best potential for production and management. They can use the technology of mass production, which reduces costs per unit of output. In corporations developing specialization and cooperation of production. They had improved management – scientific management in the production and sale of products	
4. Corporation as a legal person that exists independently from its owners, which are constantly changing. This gives you the opportunity of forward planning, ensures the support of the banks and the government	

Having considered the main advantages and limitations of the Corporation, we can conclude that this is the most attractive form of allocating capital to small owners who are hesitant to start their own business.

Corporation, of course, not necessary for those who want to have their own small Studio, hair salon or shop.

Organizational and legal forms of entrepreneurship

The entrepreneur is a subject, activity of whom aims the getting of the income and is carried out on terms of own property responsibility.

It should also be noted that the terms business and entrepreneurship are not the same. The word business came into lexicon after transition to capitalism.

Business in translation from English is the affair that brings income, business affairs between business people, the exchange of the results of activity, business contact.

In the western books on business, for example “Conception of Business” such definition is given. “Business- is a system of managing the affair. Business is making the production that people need. Business is a work.

Business is a central road in our economic system. It's the system that we have made to satisfy our needs. It is how we live. In other words business is a system of production for satisfaction of the needs of the society.

Business is wider notion than the entrepreneurship, as it involves the relations between all the members of market economy – and the entrepreneur and the consumers.

Individual entrepreneurship is based on the individual or the family property of the entrepreneur. Its peculiarity is that there is no difference between own capital and the capital that is used for the private needs, in other words the responsibility is spread on the whole property.

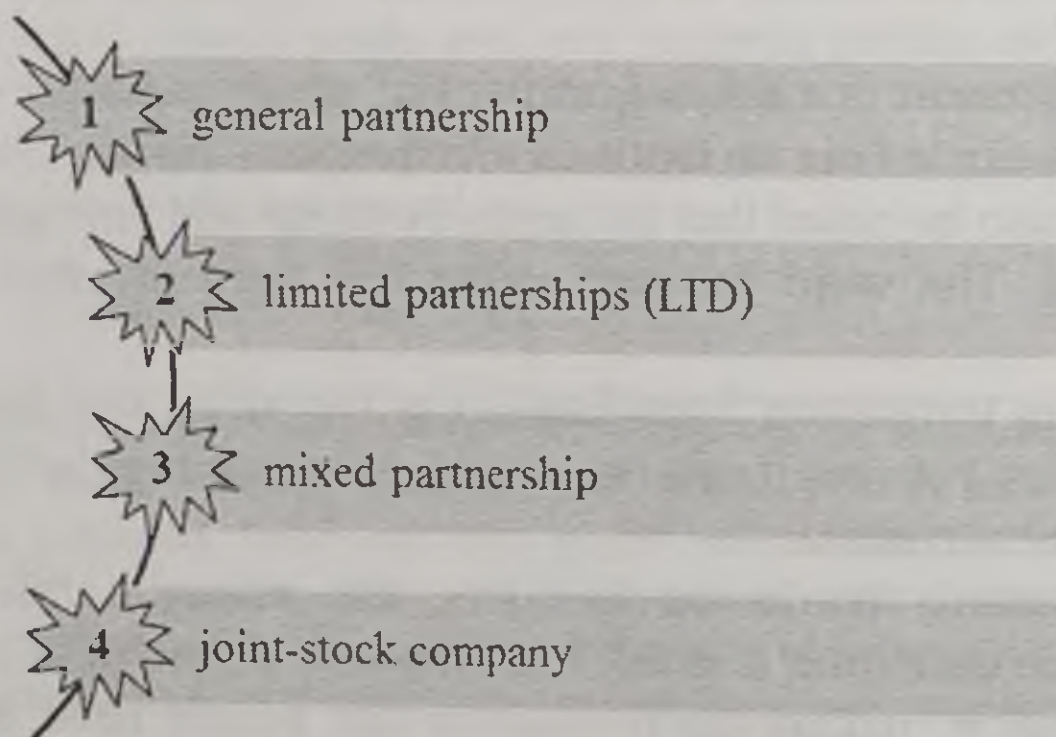
Individual entrepreneurship has 2 forms: individual work activity and individual private company [6].

Individual work activity is based on the work of the entrepreneur and his family members.

Partnerships are based on the incorporation of the property of different owners. The received by the partnership income after paid taxes is spreaded among the members of the partnership.

The decisions in the partnership are taken by the majority of the members and the quantity of the votes of the members is in direct proportion to their share.

As a rule partnership are closed companies, and the transmission of the shares to other owner is made only after agreement of the majority of members. Usually partnerships are not big by the quantity and all the members take part in its work. Forms of the partnerships (Picture 6):



Picture 6 – Forms of the partnerships

1. general partnership with unlimited responsibility is based on the mutual duties of the members and the spreading of the incomes due to the general and joint responsibility.

2. limited partnerships (LTD) is responsible only by the capital of the partnership, in other words the member risks only with his share.

3. mixed partnership unites its members on the principal of the complete responsibility and the part on the principal of the limited responsibility (depositor-members). The rights to vote only the factual members have.

4. joint-stock company is made by the incorporation of the means of its stockholders, usually it's a LTD, as the members risk only with the capital that was deposited into the stocks.

The difference between joint-stock company and partnership is that their capital is usually made in the money form, and is broken into indivisible shares, that are presented in the form of stocks.

State entrepreneurship is the activity of state enterprises, that produce goods and services, that the national economy needs.

The state sector is made by the enterprises that are fully owned by the state or controlled by it by the control holding of stock. Usually in the state sector are those enterprises that are not reasonable to use in the private activity.

The presence of the state sector in the national economy along with the market regulation lets the present market economy be named as the mixed market economy.

Any economic activity is combined with the phases of the reproduction cycle (production, division, exchange, usage), that is why such kinds of the entrepreneurship activity are: productive, commercial, financial, agent and insurance.

Productive entrepreneurship includes the production of the industrial and agricultural production, consumer goods, building works, transportation, connection services, and informative activity.

Commercial entrepreneurship is spread on the production and the consumption of the goods and services. The main parts are shops, markets, broker's boards, auctions.

Control questions:

1. Typology of entrepreneurship: the main features of this classification.
2. What classification of enterprises by the degree of concentration of capital do you know?
3. What main types of ownership and forms of entrepreneurship do you know?
4. Organizational forms of business and their characteristics.
5. What organizational and legal forms of entrepreneurship do you know?

Topic 3. Government support of business activities.

Forms of Business Organizations in Kazakhstan.

Procedure of the Registration of Legal Entities in Kazakhstan

The implementation of the state support of business are regulated in the commercial code, according to which with the aim of creating favorable organizational and economic conditions for entrepreneurship development authorities on the terms and in the manner provided by law, perform the following [7]:

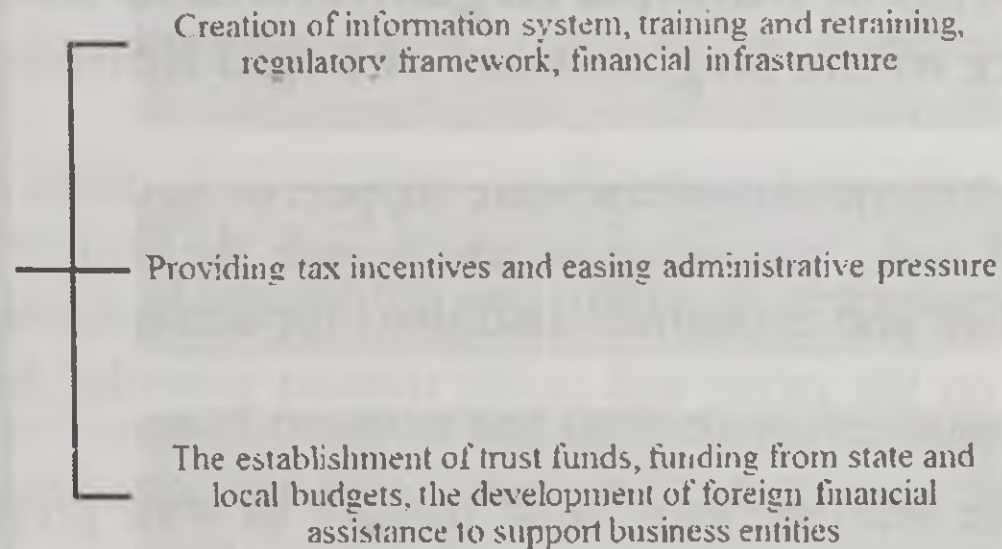
- provide entrepreneurs land, transfer of state property necessary for the conduct of business activities;
- support entrepreneurs in the organization of logistics and information services for their activities, training;
- carry out initial settling of undeveloped areas of the production and social infrastructure with the sale or transfer of their businesses in accordance with the law;
- stimulate the upgrading of technology, innovation, development of entrepreneurs, new products and services;
- provide entrepreneurs with other types of assistance.

In addition, the state should promote the development of small business, creating the necessary preconditions for that. For business development requires the transition to effective regulation of this process is adequate for the current conditions. This should take into account the specific characteristics and priorities for socio-economic development of the country, regions and individual socio-demographic groups of the population. The essence of the state (government) support most often comes down to specific measures in the following areas:

- consulting support of process of creation and functioning of new business structures at the initial stage;
- providing financial support or certain benefits (usually in the field of taxation) the new structure;
- provide technical, scientific, technical or technological assistance thin financially entrepreneurial structures.

For the domestic economy, what is the thorny path of reform, the challenge of development and support of entrepreneurship state, especially of small forms in the industrial sector, is one of the most important. There are various forms of state support (Picture 7):

Forms of state support



Picture 7 – Forms of state support

In General, entrepreneurship is divided into two polar spheres - state and private enterprise.

State entrepreneurship is the form of realization of business processes on behalf of enterprises established by the public authorities, authorized (under current legislation) the management of state property (state-owned enterprise) or local authorities (municipal enterprise).

Private enterprise is active innovative activity on behalf of private enterprise or the businessman (if such activity is carried out without employment, in the form of individual labour activity).

Each enterprise has distinctive signs, but main principles of their implementation are largely the same.

In both cases, entrepreneurial activity involves leadership, responsibility, innovation, pursuit of profit maximization.

The main difference between public from private enterprise is that its activities are not aimed solely at making a profit, the government aims to achieve commercial in addition, certain socio-economic objectives.

The state of entrepreneurship are specific potential sources of profit, due to the relatively large size of state enterprises, authority and economic power of the state. In this regard, to the fore not so many risky moments, many factors such as:

- a significant and stable volume of purchases of raw materials, component materials, which assume preferential payment terms and discounts;
- attraction of credit resources on particularly advantageous terms;

- economy of scale;
- a chance to get new equipment, including lease agreements;
- sustainable network of business connections, access to sources of comprehensive information about potential markets, partners, including foreign ones.

These benefits state business enterprises as subjects of market relations can be the basis for reducing their individual costs than public, and thus for additional income.

Thus, the modern enterprise cannot be reduced to isolated efforts of private owners to use any means to increase their capital. Today we are talking about highly skilled, intensive work of managers of the intellectual and tangible property.

Forms of Business Organizations in Kazakhstan

In accordance with the Civil Code, foreign and local investors may establish their presence in Kazakhstan in a number of organizational forms, including full partnerships, limited/mixed partnerships, limited liability partnerships, (often referred to as limited liability companies), joint stock companies, representative offices, and branch offices (Picture 8) [8].



Picture 8 – Forms of Business Organizations in Kazakhstan

The most popular form of Kazakhstan legal entity for foreign investment is the limited liability company.

A foreign company not wishing to establish a Kazakhstan legal entity may open either a representative office or a branch office.

Full Partnership

A full partnership is a separate legal entity that is distinct from its founders. There are no restrictions on the number of partners that a full partnership may have. Only individuals can be the partners in a full partnership. The partners have joint liability for partnership debt. A full partnership is managed by an executive body established by a general meeting of partners. The minimum charter capital for a full partnership is 25 times the monthly calculation index (MCI) (approximately £100).

Limited/Mixed Partnerships

A limited/mixed partnership is considered to be a separate legal entity distinct from its founders. It must have at least one partner with limited liability and at least one full partner with additional liability for partnership debts. The liability of limited partners is limited to the amount of their investment. An individual may only be a full partner in one limited partnership. Partners of full partnerships may not be full partners in limited/mixed partnerships. The minimum charter capital required for a limited/mixed partnership is 50 times the MCI (approximately £200).

Limited Liability Partnerships

A limited liability partnership is a legal entity that is distinct from its founders. It may consist of one or more participants. A limited liability partnership cannot be established and/or owned by a single participant if the latter, in its turn, has only one participant. The participant's financial liability is limited to the amount of its investment in the charter capital. This type of investment can be made either in a monetary form or in kind. Contributions in kind must be valued and are based on the agreement of all founders or on a decision made by a general meeting of participants. Where the value of an in-kind contribution exceeds 20.000 times the MCI (approximately £77.870), the valuation should be verified by an independent expert. The initial charter capital for a limited liability partnership amounts to 100 times the MCI (approximately £400).

Joint Stock Companies

The JSC Law treats many issues with regard to joint stock companies differently. The JSC Law makes no distinction between open and closed

joint stock companies. In addition, the minimum charter capital of a joint stock company was increased to 50,000 times the MCI (approximately £195,000). The equity requirement for public companies (those with at least 500 shareholders) was increased to 1,000,000 times the MCI (approximately £ 3,893,350).

Under the JSC Law, shareholders of a newly registered joint stock 2 company must pay the initial charter capital within 30 days from the date of legal registration of the company. As with limited liability partnerships, contributions to charter capital can be made either in the monetary form or in kind. However, for joint stock companies the value of any contribution in kind must be determined by a licensed appraiser.

Shares of joint stock companies are subject to state registration. The JSC Law requires that only an independent licensed registrar may maintain a registry of shareholders.

Representative Offices

Kazakhstan law permits a foreign company to establish a representative office in Kazakhstan in order to represent the interests of that company in the republic. Representative offices are not recognized as separate legal entities. Representative offices may be established for the purpose of gathering information, establishing business contracts etc. Therefore, the authorities take the view that a representative office should not take any commercial activities. “Commercial” representative offices should, therefore, be re-registered as branch offices.

Branch Offices

Branch offices, like representative offices, are not legal entities, but are divisions of the foreign legal entities that they represent. A branch office acts and assumes obligations on behalf of its head office and may carry out commercial activities.

Consortium

The Civil Code defines a consortium as a temporary association, in which legal entities combine certain resources and coordinate efforts to solve specific business issues. Consortium have features similar to those of full partnerships. They are not, however, considered to be separate legal entities. The revenue and expenses of a consortium are passed through to the participants. From a practical point of view, all of the participants in a consortium should register in Kazakhstan for legal and tax purposes. One of the participants in a consortium normally serves as the operator (manager) of the consortium.

Procedure of the Registration of Legal Entities in Kazakhstan

In accordance with the Kazakhstan legislation the procedure of establishing of a Legal Entity includes the registration in Justice authorities, Statistic authorities and Tax authorities. The registration takes up to 10 business days from the moment of submission of all necessary documents to the local Justice Department. Copies of all documents will be forwarded to Statistical and Tax authorities by Justice Department. Then the company may have a seal and open a bank account. Kazakh law does not have any restrictions related to the number of bank accounts [8].

The documents that must be submitted to the Justice authorities for the registration of a wholly owned subsidiary include, but are not limited to, the following:

1. Application (specific form).
2. Charter or Memorandum and Articles of Association of the foreign legal entity acting as the founder of the local entity.
3. Extract from a foreign trade register confirming the legal status of the foreign investor (e.g. a certificate of incorporation).
4. Evidence that a decision has been made to create a company, such as the minutes of a founder's meeting.
5. Certificate from the Kazakhstan tax authorities confirming absence of any outstanding debts of the founder(s) to the state budget of the Republic of Kazakhstan.
6. Charter and Foundation agreement (if 2 or more founders) drafted in accordance with Kazakh legislation (3 copies).
7. Copy of a lease agreement or similar document confirming that the company had secured premises in Kazakhstan from which to operate.
8. Power of attorney issued by the founding company authorizing a designated agent to act as its representative.
9. Copy of a bank payment order/receipt confirming payment of the state registration fee. The state registration fee is 20 MCI (approximately £ 78 for a current year).

The documents presented to the Justice Department shall be legalized or apostilled, notarized and translated into the Kazakh and Russian languages.

State registration of individual entrepreneurs (art. 35 of the Entrepreneurial Code).

The state registration of individuals engaged in private business without the formation of a legal entity is to be registered as an individual

entrepreneur in the state revenue body at the location declared as an individual entrepreneur at the state registration.

The obligatory state registration is subject to individual entrepreneurs who meet one of the following conditions:

1. use the work of hired workers on an ongoing basis;
2. have from the private enterprise the aggregate annual income calculated in accordance with the tax legislation of the Republic of Kazakhstan in the amount exceeding the amount of the aggregate annual income that is not taxable, established for individuals by the laws of the Republic of Kazakhstan.

A person who **does not use the labor of employees** on an ongoing basis has the right not to register as an individual entrepreneur when receiving the following income established by the tax legislation of the Republic of Kazakhstan:

- 1) taxed at the source of payment;
- 2) property income;
- 3) other income.

For the state registration as an individual entrepreneur (joint individual business), a physical person (an authorized person of joint individual entrepreneurship) submits a notification directly to the state revenue office or through the State Corporation "**Government for Citizens**" in the form approved by the authorized body in the sphere of permits and notifications.

In case of registration of joint individual entrepreneurship, an authorized person of joint individual entrepreneurship shall issue a power of attorney signed on behalf of all participants of joint business.

If the applicant has not reached the age of majority, the consent of the legal representatives is attached to the notification, and in the absence of such consent, a copy of the marriage certificate (marriage) or the decision of the guardianship authority or the court decision declaring the minor fully capable.

Persons included in the list of organizations and persons associated with the financing of terrorism and extremism, in accordance with the legislation of the Republic of Kazakhstan, may not file a notification.

The state revenue body within one working day from the date of submission of documents by an individual, produces a state registration of an individual entrepreneur (joint individual entrepreneurship).

When the data specified in the notification is changed, the individual entrepreneur is obliged to report such changes to the state revenue body in the form.

The activities of an individual entrepreneur may be terminated in a voluntary or compulsory manner, as well as in the event of circumstances provided for by this Code.

On a voluntary basis, the activity of an individual entrepreneur ceases at any time on the basis of a decision taken independently by the individual entrepreneur in personal entrepreneurship, by all participants jointly - in joint business. In this case, the individual entrepreneur submits to the state revenue office an application for the termination of entrepreneurial activity [9].

*(*The decision to terminate the joint venture is considered adopted if at least half of its participants voted for it, unless otherwise stipulated by an agreement between them).*

In compulsory order, the activity of an individual entrepreneur is terminated by a court decision:

- 1) recognition of his bankruptcy;
- 2) invalidation of registration of individual entrepreneurship in connection with violations of the legislation of the Republic of Kazakhstan, which are unregistered during registration;
- 3) carrying out activities with repeated ones during a calendar year or by gross violations of the legislation of the Republic of Kazakhstan;
- 4) declaring him dead;
- 5) inclusion in the list of organizations and persons associated with the financing of terrorism and extremism, in accordance with the legislation of the Republic of Kazakhstan;
- 6) recognition of his missing.

The activities of an individual entrepreneur, in addition to the grounds provided for in this article, shall also be terminated in the following cases:

- 1) personal entrepreneurship with the recognition of an individual entrepreneur as legally incapacitated, partially incapacitated or his death;
- 2) family business and simple partnership, if as a result of the occurrence of the circumstances listed in subparagraph 1) of this paragraph, there remains one or no other participant in joint business, as well as the division of property in connection with the divorce;
- 3) established by the tax legislation of the Republic of Kazakhstan, providing for the termination of activities in a simplified procedure.

The activity of an individual entrepreneur is considered to be terminated from the moment of withdrawal from the registration record as an individual entrepreneur in the state revenue body on the basis of his application or a court decision. An individual entrepreneur is deemed withdrawn from the registration as an individual entrepreneur in the registering authority from the date of posting this information on the Internet resource of the authorized body that manages the provision of taxes and other mandatory payments to the budget.

To register an individual business, you must have the following documents:

1. a document (and a copy thereof) confirming that you are a citizen of the Republic of Kazakhstan;
2. photos (3x4);
3. document (receipt, receipt), confirming the fact of payment of the state fee for registration of IP;
4. address certificate (it is made out in the Center of service of the population) or the document which confirms your ownership right to a premise where business will be carried out (also the contract of rent of a building, a premise, etc. is accepted);
5. application of the established form (the form can be taken in the tax or on the website of the State Revenue Committee).

Representative Offices and Branch Offices of Foreign Legal Entities

The procedure for the registration of a representative office or a branch office of a foreign legal entity is similar to the registration procedure for a Kazakhstan legal entity. The major difference is in the list of documents that should be filed with the Justice Department. It includes [10]:

1. Application for the registration of a representative (branch) office.
2. Copies of the charter or memorandum and articles of association of the foreign legal entity establishing the office in Kazakhstan.
3. Extract from a foreign trade register, confirming the legal status of the foreign investor (e.g. a certificate of incorporation).
4. Minutes of the meeting/resolution of the board to open a representative (branch) office in Kazakhstan.
5. Regulations of the representative (branch) office approved by the foreign legal entity (3 copies).
6. Power of attorney for the head of the representative (branch) office.

7. Copy of a lease agreement confirming the legal address of the office in Kazakhstan.

8. Copy of a bank payment order/receipt confirming payment of the state registration fee. The state registration fee is 20 MCI (approximately £ 78 for a current year).

The documents presented to the Justice Department shall be legalized or apostilled, notarized and translated into the Kazakh and Russian languages.

Control questions:

1. What forms of state support do you know?
2. What is the difference between state and private entrepreneurship?
3. Forms of business organizations in Kazakhstan: types and their characteristics.
4. Procedure of the Registration of Legal Entities in Kazakhstan.
5. What is the procedure for State registration of individual entrepreneurs?

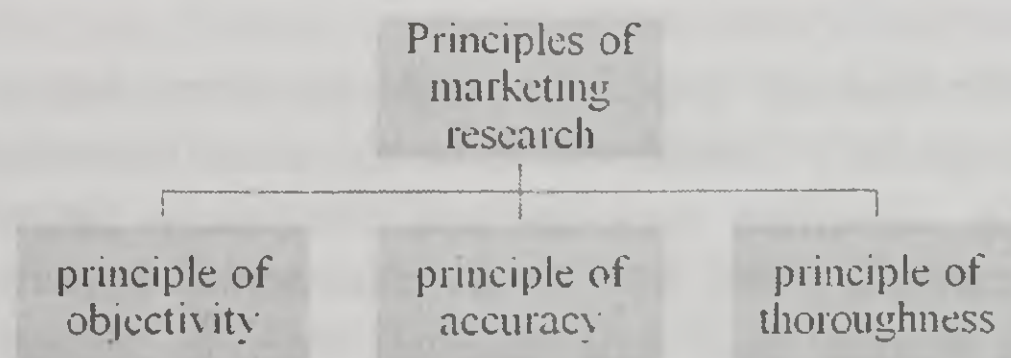
Topic 4. Technology of marketing research

Marketing research is the function that links the consumer, customer, and public to the marketer through information. This information is used to identify and define marketing opportunities and problems; to generate, refine, and evaluate marketing actions; to monitor marketing performance; and to improve understanding of the marketing process. Marketing research specifies the information, manages and implements the data-collection process, analyzes the results, and communicates the findings and their implications. Marketing research is concerned with the application of theories, problem-solving methods, and techniques to identify and solve problems in marketing. In order to offset unpredictable consumer behavior, companies invest in market research [11].

Increased customer focus, demands for resource productivity, and increased domestic and international competition has prompted an increased emphasis on marketing research. Managers cannot always wait for information to arrive in bits and pieces from marketing departments. They often require formal studies of specific situations. For example, Dell Computer might want to know a demographic breakdown of how many and what kinds of people or companies will purchase a new model in its personal computer line. In such situations, the marketing department may not be able to provide from existing knowledge the detailed information needed, and managers normally do not have the skill or time to obtain the information on their own. This formal study, whether performed internally or externally, is called marketing research.

Technology of marketing research

A **marketing research** is a process aimed at solving the marketing problem facing a firm (a set of problems) of setting tasks, obtaining marketing information, planning and organizing its collection, analyzing and reporting on the results. Principles of marketing research (Picture 9):



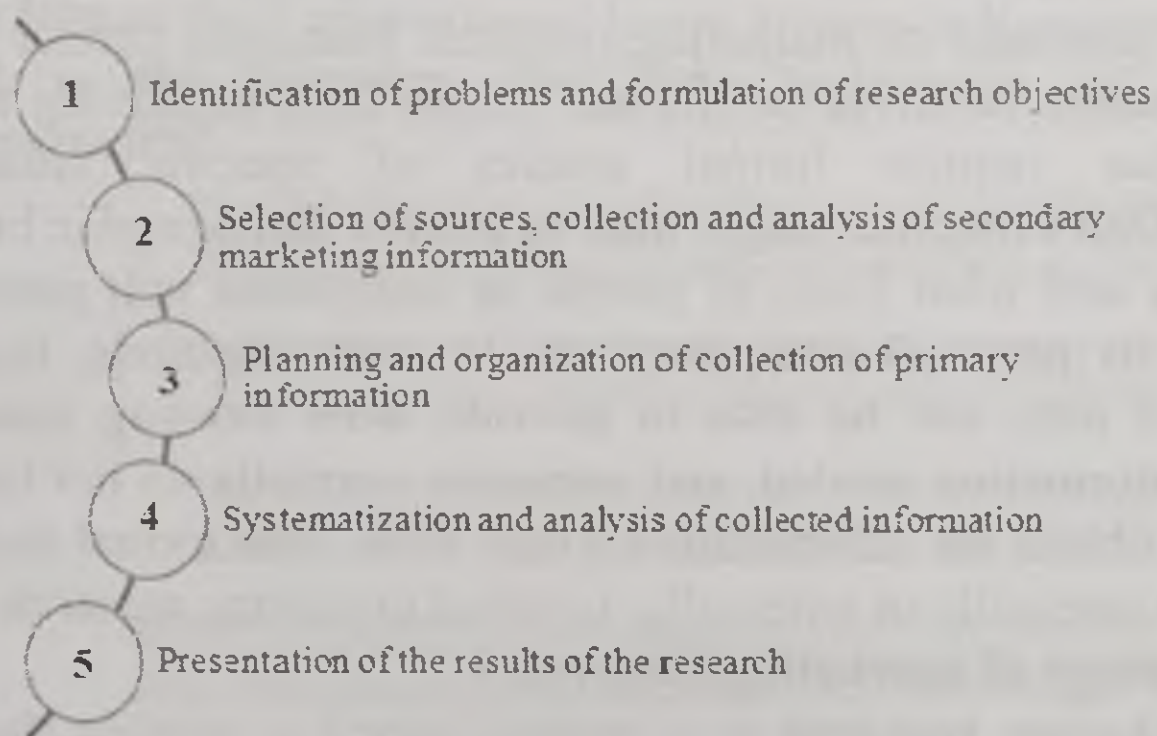
Picture 9 – Principles of marketing research

1. The **principle of objectivity** means the necessity to take into account all factors and the inadmissibility of taking a certain point of view before the analysis of all the collected information is completed.

2. The **principle of accuracy** means the clarity of the formulation of research tasks, the unambiguousness of their understanding and interpretation, as well as the choice of research tools that ensure the necessary reliability of research results.

3. The **principle of thoroughness** means the detailed planning of each stage of the research, the high quality of performing all research operations, achieved due to the high level of professionalism and responsibility of the research team, as well as the affective system of monitoring its work.

The process of carrying out a marketing research in the general case consists of 5 main stages (Picture 10):



Picture 10 – Stages of marketing research

1. Identification of problems and formulation of research objectives

The identification of problems and the formulation of research objectives are rightfully considered to be the most important stage of the study. Correctly identified problem and accurately formulated goal of marketing research are the key to its successful implementation. The mistakes made at this stage can lead not only to unjustified costs for marketing research, but also to exacerbate the true problems associated with the loss of time for movement on the "false trail."

Regardless of whether the firm conducts research on its own or attracts an outside organization to it, the firm's experts should be involved in identifying problems and formulating research objectives, and the final results of this work should be approved by its management. In practice, as a rule, two situations are possible:

- the management of the company independently determines a specific problem and sets before the research group the purpose and objectives of the marketing research. In this case, the activity of the research team at this stage is to clarify the formulation of the purpose and objectives of the study, as well as to determine the content and presentation of its results;

- the company's management lacks a clear idea of the purpose and objectives of the study, and it is limited to an uncertain statement of the problem. In this case, the research team will conduct a preliminary study aimed at specifying the problem and formulating on its basis the goals and objectives of the marketing research.

It should be emphasized that in any case, the success of the research group at this stage largely depends on its ability to attract management and specialists of the firm to this work.

2. Selection of sources, collection and analysis of secondary marketing information

The main and most important source of internal secondary information for most foreign firms is the computer, the information base of which includes all relevant data reflecting various functions of managing the firm's activities (organization of production, purchase, sale, personnel management, financial and marketing activities, etc.). Using computer storage technology and obtaining internal secondary information allows not only to reduce labor costs for its collection, but also to ensure high efficiency of its receipt.

Despite the noticeable development of the process of computerization of managerial activities in domestic enterprises, most of the internal information is still processed manually, which significantly reduces the speed of its collection. External sources of secondary information include:

- legislative and instructional materials published by state institutions, including federal and local (for example, bulletins of the property fund, bulletins of the state tax inspection, etc.);

- reports and reports of commercial research centers;

- publications of non-profit research organizations (for example, departments of academies of sciences, universities, institutes, materials of conferences, seminars, etc.) [11].

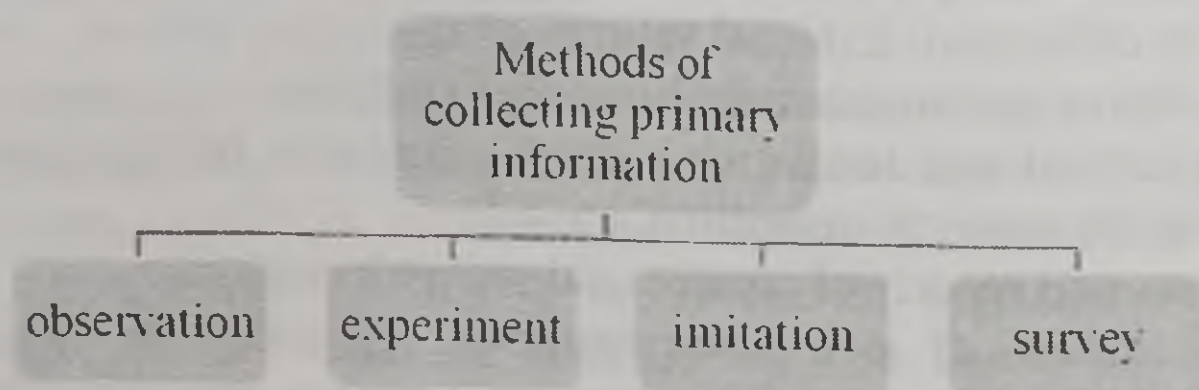
3. Planning and organization of collection of primary information

The procedure for drawing up a sampling plan involves the sequential solution of the following three tasks:

1. Definition of the object of research.
2. Determining the structure of the sample.
3. Determination of the sample size.

A clear definition of the object of research is a necessary condition for its successful conduct. Depending on the completeness of the information available to the researcher at the first stage of the study (identifying problems and formulating the research objectives), the definition of the object of research can be performed with varying degrees of concretization. At the next stage of the research (selection of sources, collection and analysis of secondary marketing information), the definition of the object of research can be clarified. However, the completeness and reliability of the information that the researcher has at the above stages of research does not always allow him to define the object of research sufficiently clearly. Therefore, often the third stage of research (planning and organization of primary information collection) begins with the definition or refinement of the object of research. In some cases, and most of all, when the end-users or distribution channels are the object of the study and it is conducted for the first time, a precise definition of the object of research may require a special study. For example, if the target market of a firm is the object of the study, its definition may require research on segmenting the market and selecting the target segments.

The value of the procedure for selecting the method of collecting primary information and the research tool is that the results of this choice are determined as the reliability and accuracy of the information to be collected, and the duration and high cost of its collection. There are four main methods of collecting primary information (Picture 11):



Picture 11 – Methods of collecting primary information

Observation is a method of gathering information by fixing the functioning of the objects under study without establishing contact with the researchers and without monitoring the factors that influence their behavior.

Observation can be conducted both openly and secretly. Since the knowledge of the object of the study to find it under observation may affect its behavior, in this case it can be regarded as establishing contact with it, in practice, as a rule, hidden observations are carried out. At the same time, hidden cameras and special mirrors are used as a research tool.

The merits of this method include, first, its simplicity, and, consequently, the relative cheapness, and, secondly, the exclusion of distortions caused by the contacts of objects with researchers (which, for example, can not be completely ruled out in the survey).

The main drawback of this method is that it does not allow unequivocally to establish internal motives for the behavior of observing objects and the processes of their decision making, and, consequently, they can be misinterpreted by observers. Therefore, observation is mainly used in conducting research studies, i.e. which are preliminary in nature, aimed at concretizing the problems facing the researchers.

The experiment is a method of collecting information about the behavior of the objects under investigation, which provides for the researchers to establish control over all factors affecting the functioning of these objects.

The purpose of the research conducted with the help of the experiment is, as a rule, the establishment of cause-effect relationships between marketing factors and the behavior of the objects under study.

To ensure the reliability of the results of the experiment, the values of all factors, other than the studied, should remain unchanged. If several factors are required, a series of experiments may be required.

The merits of this method include, first of all, its objective nature and the possibility of establishing cause and effect relationships between marketing factors and the behavior of the objects under investigation.

The disadvantages of this method lie in the difficulty of controlling all the marketing factors in the natural environment, on the one hand, and the difficulty of reproducing the normal behavior of the socio-economic object in the laboratory, on the other. In addition, the experiment is usually associated with much greater costs than observations and especially when it is necessary to study several marketing factors. Therefore, in practice,

this method is used relatively rarely and, above all, in cases where it is required to establish with a high degree of certainty the nature of cause and effect relationships between marketing factors and the behavior of the object under study.

Simulation is a method of collecting data generated by a computer using a pre-designed mathematical model that adequately reproduces the behavior of the object of research.

The advantage of this method is the ability to quickly analyze a variety of options for marketing actions and choose the best on this basis.

The drawbacks of this method include, first of all, the complexity and laboriousness of creating the model itself, requiring in-depth study and formalization of cause-effect relationships between all marketing factors, its external environment and the factors that determine purchasing behavior.

In practice, the creation of such a model is often not possible. Even if the firm's capabilities allow the creation of such a model, its development will require significant costs, which can justify itself if there is a need for regular and frequent, as well as repeated use.

Interview. The survey is a method of gathering information, by establishing contacts with the objects of research. As a tool for research using the survey method, a questionnaire is used, which is a questionnaire that provides for the recording of answers.

The advantage of this method is, first of all, in the practically unlimited area of its possible application. So, this method allows you to get data not only about the current behavior of the object, but also about its behavior in the past and intentions in the future.

Polls have virtually no alternative when the firm needs information about the knowledge, beliefs and preferences of consumers, the degree of their satisfaction, the image of the company, and so on.

This, first of all, explains the wide application in the conduct of marketing research of this method. The shortcomings of this method include relatively more laboriousness and significant costs for conducting interviews, as well as a possible decrease in the accuracy of the information received, due to incorrect or distorted answers.

The questionnaire is a flexible survey tool. To obtain the necessary information, questions that differ in form, wording, and consistency can be used. So researchers can conduct both an open and a hidden survey.

When the survey is open, question wordings are used, clearly reflecting its purpose. The advantage of such a survey is that it is possible to exclude

questions that are not relevant to the research objectives. The main disadvantage is the desire of the respondent in a number of cases to avoid an explicit answer and, first of all, to personal questions.

A hidden survey avoids the drawback noted above, increases the sincerity of the answers, but can lead to undesirable bias in the answers due to the wrong interpretation of the question asked by the respondents.

4. Systematization and analysis of collected information

The systematization of primary information usually consists in the classification of answer options, their coding and presentation in a form convenient for analysis (most often in tabular form).

The analysis of information consists in the evaluation of already systematized information, usually using statistical methods. The final results of the analysis are often presented in the form of recommendations, which are based on an evaluation of the collected data on proposals for future actions of the firm.

The final stage of the research is the presentation of a report on its results, which is often accompanied by a performance of the performer with a report to the representatives of the customer [11].

5. Presentation of the results of the research

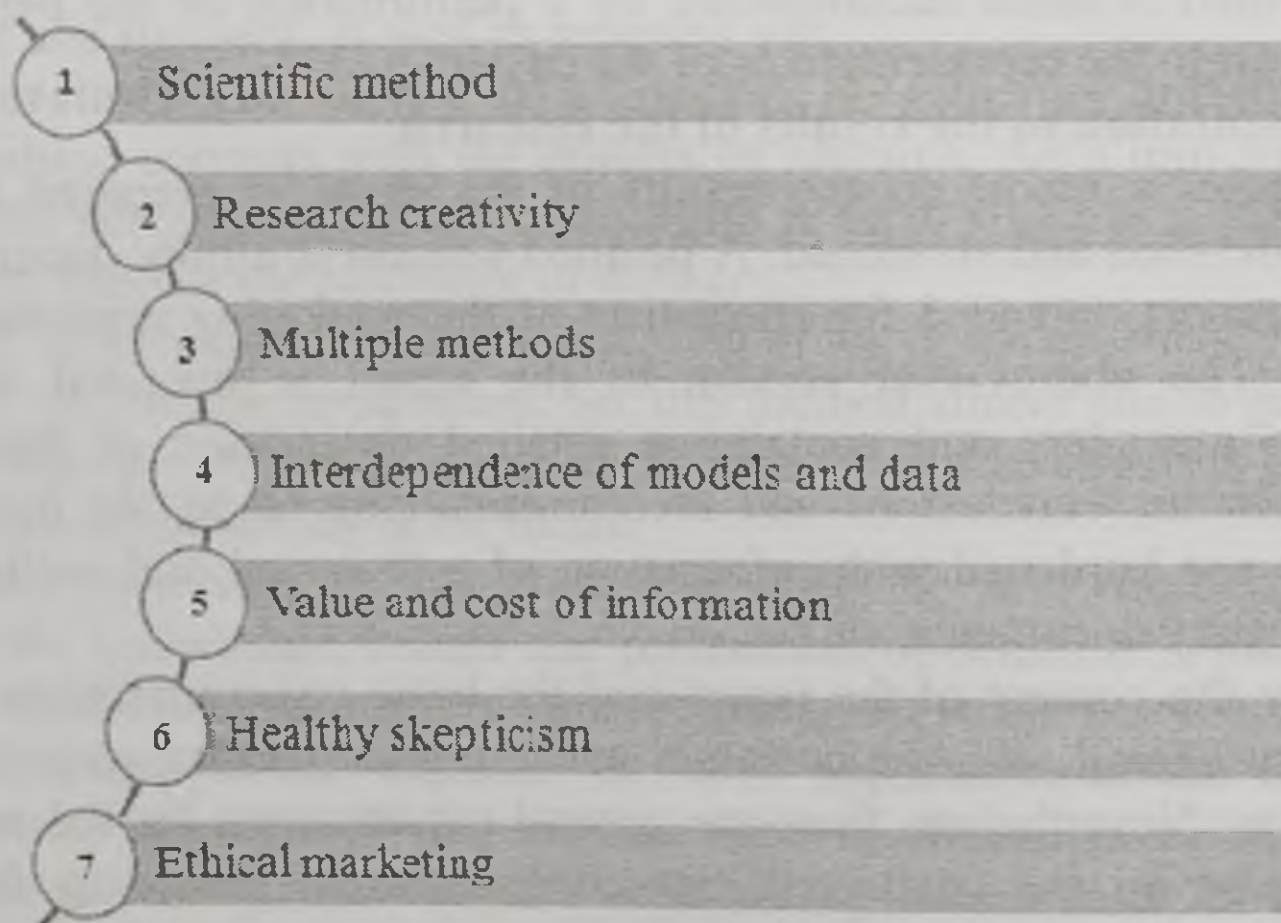
As a rule, a report on the results of the study is prepared in two versions: detailed and shortened. A detailed version is a fully documented technical report, intended for specialists of the marketing department of the firm. The abbreviated version of the report is intended for the company's managers and contains a detailed description of the main research results, conclusions and recommendations made. At the same time, it is not burdened with information of a technical and methodical nature, primary documents, etc.

Usually the content of the report and the basic requirements to it are preliminary agreed with the customer and therefore can have specificity and features. Nevertheless, there are general requirements for the content of the report on the conducted marketing research, providing for the mandatory inclusion of the following issues in it:

1. Purpose of the survey.
2. For whom and by whom it was held.
3. General description of the population covered by the survey.
4. The size and nature of the sample, as well as a description of the methods used for weighted selection.
5. Time of the survey.

6. The survey method used.
7. An adequate description of the persons who conducted the survey and all the methods of control used.
8. A copy of the questionnaire.
9. Actual results.
10. Basic indicators used to calculate interest.
11. Geographical distribution of surveys conducted.

In conclusion, it should be emphasized that successful research requires close contact between the research team and the company's management (or its representative) at all stages of the marketing research. This will allow researchers to more clearly focus their efforts on the problems facing the firm and avoid unexpected differences in positions with the company's management on various issues at the last stage of the research, and the company's management to better understand the research results and make sure they are correct and objectively. Characteristics of good marketing research (Picture 12).



Picture 12 – Characteristics of good marketing research

Scientific method. Effective marketing research uses the principles of the scientific method: careful observation, formulation of hypotheses, prediction, and testing.

Research creativity. At its best, marketing research develops innovative ways to solve a problem.

Multiple methods. Competent marketing researchers shy away from over-reliance on any one method, preferring to adapt the method to the problem rather than the other way around. They also recognize the desirability of gathering information from multiple sources to give greater confidence.

Interdependence of models and data. Competent marketing researchers recognize that the facts derive their meaning from models of the problem. These models guide the type of information sought and therefore should be made as explicit as possible.

Value and cost of information. Competent marketing researchers show concern for estimating the value of information against its cost. Value/cost evaluation helps the marketing research department determine which research projects to conduct, which research designs to use, and whether to gather more information after the initial results are in. Research costs are typically easy to quantify, while the value is harder to anticipate. The value depends on the reliability and validity of the research findings and management's willingness to accept and act on its findings. In general, the most valuable information tends to cost the most because it requires more intensive methods, but of course it is easy to spend a great deal of money on poorly conceived research.

Healthy skepticism. Competent marketing researchers will show a healthy skepticism toward assumptions made by managers about how the market works.

Ethical marketing. Most marketing research benefits both the sponsoring company and its consumers. Through marketing research, companies learn more about consumers' needs, and are able to supply more satisfying products and services. However, the misuse of marketing research can also harm or annoy consumers. There are professional ethical standards guiding the proper conduct of research.

Presenting the research plan

The last step in market research is the presentation of a formal plan. At this stage, the marketing researcher should summarize the plan in a written proposal to management. A written proposal is especially important when the research project will be large and complex or when an outside firm carries it out. The proposal should cover the management problems addressed and the research objectives, the information to be obtained, the sources of secondary information or methods for collecting primary data, and the way the results will help management decision making. A written

research plan or proposal makes sure that the marketing manager and researchers have considered all the important aspect of the research and that they agree on why and how the research will be done.

Management's use of marketing research

In spite of the rapid growth of marketing research, many companies still fail to use it sufficiently or correctly. Several factors can stand in the way of its greater utilization.

A narrow conception of marketing research. Many managers see marketing research as only a fact-finding operation. The marketing researcher is supposed to design a questionnaire, choose a sample conduct interviews, and report results, often without being given a careful definition of the problem or of the decision alternatives facing management. As a result, some fact finding fails to be useful. This reinforces management's idea of the limited usefulness of some marketing research.

Uneven caliber of marketing researchers. Some managers view marketing research as little better than a clerical activity and reward it as such. Poorly qualified marketing researchers are hired, and their weak training and deficient creativity lead to unimpressive results. The disappointing results reinforce management's prejudice against expecting too much from marketing research. Management continues to pay low salaries, perpetuating the basic difficulty.

Late and occasional erroneous findings by marketing research. Managers want quick results that are accurate and conclusive. But good marketing research takes time and money. If they can't perceive the difference between quality and shoddy research, managers become disappointed, and they lower their opinion of the value of marketing research. This is especially a problem in conducting marketing research in foreign countries.

Intellectual differences. Intellectual divergences between the mental styles of line managers and marketing researchers often get in the way of productive relationships. The marketing researcher's report may seem abstract, complicated, and tentative, while the line manager wants concreteness, simplicity, and certainty. Yet in the more progressive companies, marketing researchers are increasingly being included as members of the product management team, and their influence on marketing strategy is growing.

Control questions:

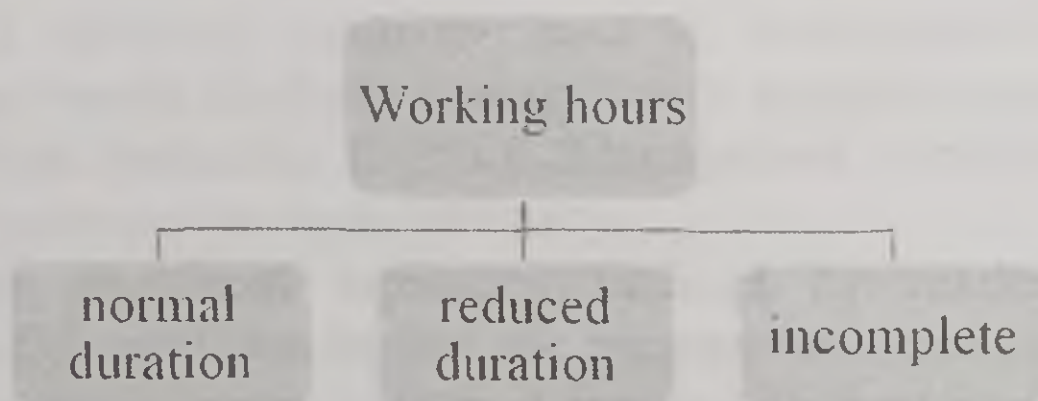
1. What is marketing research?
2. What is the technology of marketing research?
3. What stages of marketing research do you know?
4. What methods of collecting primary information do you know?
5. What are the main characteristics of good marketing research?

Topic 5. Organization of the account of labor resources, use of working time, wages

The organization of the accounting of labor resources, use of working time and wages in Kazakhstan is regulated by the Labor Code of the Republic of Kazakhstan [12].

Periods of preparatory-final work (obtaining a task-order, materials, tools, acquaintance with equipment, documentation, preparation and cleaning of the workplace, delivery of finished products, etc.), breaks provided for by technology, labor organization; labor safety and protection regulations; the time of presence or waiting of work in the workplace, when the employee does not have free time; duty on holidays and weekends; duty at home, as well as other periods that, in accordance with labor, collective contracts, acts of the employer or normative legal acts of the Republic of Kazakhstan, relate to working hours.

Working hours can be of normal duration, reduced duration and incomplete are located on the picture 13 (article 67, Labour code of RK).



Picture 13 – Types of working hours

Normal duration of working hours should not exceed 40 hours per week. An employment contract may provide for shorter working hours with payment for normal duration of working hours (article 68, Labour code of RK). The total duration of daily work at the place of main work and part-time work should not exceed the norm of duration of daily work, established by paragraph 4 of Article 71 of this Code, for more than 4 hours.

For employees who have not reached the age of eighteen, the reduced working hours are established (article 69, Labour code of RK) [12]:

1) for workers aged from fourteen to sixteen - not more than 24 hours per week;

2) for workers aged from sixteen to eighteen – not more than 36 hours per week.

For workers engaged in heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions, the reduced working hours are established – not more than 36 hours per week according to the List of industries, workshops, professions and positions, the list of heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions.

The reduced working hours set by this paragraph apply to workers whose work in heavy, harmful and (or) dangerous conditions is confirmed by the results of attestation of production facilities for working conditions.

In the event that the employer fails to certify the production facilities for working conditions, as well as for workplaces that are not subject to certification, the reduced working hours are provided in full according to the List of industries, workshops, professions and positions, the list of heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions.

Employees with disabilities of the first and second category shall be provided with reduced working hours – not more than 36 hours per week (article 69, Labour code of RK).

Duration of the daily work (working shift) of disabled workers of the first and second category may not exceed seven hours.

Payment for labor of employees when establishing their reduced working hours is made in accordance with this Code.

When concluding an employment contract, as well as in the process of labor relations, an employee may be provided with the incomplete working hours by a written agreement between the employee and the employer.

Incomplete working hours is considered to be the time that is less than the normal duration established by this Code, including (article 70, Labour code of RK) [12]:

1) part-time work, that is, a reduction in the norm of duration of daily work (working shift);

2) part-time work week, that is, a reduction in the number of working days in the working week;

3) simultaneous reduction of the norm of the duration of daily work (working shift) and reduction of the number of working days in the working week.

Part-time work does not entail restrictions on duration of paid annual leave, calculation of length of service and other rights in the labor area established by this Code, labor, collective contracts, agreements.

The employer, upon the written application of a pregnant woman, one of the parents (adoptive parent), having a child (children) under the age of three, sets the part-time working time.

A five-day working week is set for employees with two days off. With a five-day working week, the duration of daily work (shift) is determined by the employer's act taking into account the specifics of the work and with the observance of the established duration of the working week (article 71, Labour code of RK).

In organizations where introduction of a five-day workweek is inappropriate due to nature of production and working conditions, a six-day workweek is established with one day off.

A five-day or six-day working week shall be established by the employer in accordance with the terms of the labor and collective contracts or the employer's act.

Duration of daily work may not exceed 8 hours, except for cases stipulated by this Code and other laws of the Republic of Kazakhstan. Duration of daily work (working shift), the time of commencement and completion of daily work (working shift), the time of breaks in work are determined in accordance with the conditions established by labor rules, labor and collective contracts.

For creative workers of professional organizations of art and cultural entertainment, mass median employees, athletes, coaches, a different duration of daily work (working shift) may be established in accordance with the labor legislation of the Republic of Kazakhstan, acts of the employer, collective or employment contracts (article 71, Labour code of RK) [12].

Division of daily work (working shift) into parts is allowed (article 72, Labour code of RK):

- 1) at works with different intensity of work;
- 2) at the initiative of the employee, if this is due to his social conditions and other personal needs.

When dividing daily work (working shift) into parts, the total working time should not exceed the established duration of daily work (working shift).

Types of work, where division of daily work (working shift) into parts is made, the number and duration of breaks in work, as well as the types and amounts of compensation payments to employees for working with such conditions are determined by labor, collective contracts.

Breaks associated with division of daily work (working shift) into parts are provided for employees' rest and do not apply to working hours.

Shift work may be established in cases where duration of production process exceeds the permissible duration of daily work. With shift work, the duration of a shift, transition from one shift to another, is established by shift schedules. Shift schedules are brought to the attention of employees by the employer not later than ten calendar days before they are put into effect. Involvement of an employee to work for two shifts in a row is prohibited (article 73, Labour code of RK).

In order to combine the social and other personal needs of workers with the interests of production, a flexible working schedule may be established for workers.

In the flexible work schedule mode (article 74, Labour code of RK):

- 1) fixed working hours;
- 2) flexible (variable) working hours, during which the employee has the right, at his discretion, to perform labor duties;
- 3) the record period are established.

The record period for flexible working schedule is the period within which the average duration of working hours established for this category of employees should be observed. The record period for flexible working hours may not exceed six months. Duration of daily work (working shift) and (or) weekly work in flexible working schedule may be more or less than the norm of daily and/or weekly working hours. Duration of fixed work schedule, flexible (variable) working hours, record period in the flexible work schedule are established by the employer's act, labor or collective contracts [12].

Summarized recording of working hours is applied in continuously operating industries, workshops, sections and in some types of work, where, according to the conditions of production (work), the daily or weekly working hours established for this category of workers may not be observed. The recording period for the summarized recording of working hours is the period within which the average daily and/or weekly working hours for the given category of employees must be observed. The recording period for the summarized recording of working hours can be any calendar period, but not more than one year or the period of performance of a certain work.

In establishing the summarized recording of working hours, it is mandatory to observe the duration of the employee's rest between the end

of the job and its beginning on the next working day (working shift). The procedure for work in the summarized recording of working hours, the category of employees for whom a summarized recording of working hours is established, are determined by the collective contract or the employer's act. Attraction of employees who have not reached the age of eighteen, to work with application of the summarized recording of working hours is not allowed. The use of the summarized recording of working hours for pregnant women is not allowed if a working day (working shift) is longer than eight hours. It is not allowed to apply the summarized recording of working hours for disabled workers of the first category. The summarized recording of working hours may not be established for disabled workers of the second and third category, if such a regime is banned for him on the basis of a conclusion of the expert occupational pathology committee (article 75, Labour code of RK).

The night time is considered to be the time from 22.00 to 06.00. They are not allowed to work at night (article 76, Labour code of RK) [12]:

- employees under the age of eighteen;
- pregnant women who provided the employer with a certificate of pregnancy.

Involvement of disabled workers in night work is allowed only with their written consent, provided that such work is not prohibited for them for health reasons in accordance with medical opinion.

The employer shall not be entitled to employ the following workers for night work without a written consent:

- 1) women with children under the age of seven and other persons raising children under the age of seven without a mother;
- 2) employees who raise children with disabilities up to sixteen years of age.

Attraction to overtime work is allowed only with the written consent of the employee, except for the cases provided for in paragraph 2 of this article. Overtime work without the consent of the employee is allowed in the following cases (article 77, Labour code of RK):

- 1) in performance of works necessary for the defense of the country, as well as to prevent emergencies, natural disasters or industrial accidents, or immediate elimination of their consequences;
- 2) to eliminate other circumstances that break the normal functioning of water supply, gas supply, heating supply, energy supply and other life support systems;

3) to continue the work if the replaced employee does not show up, if the work does not allow a break, with immediate measures taken to replace him by the other employee;

4) to provide emergency and urgent assistance to citizens who are threatened with loss of health or death.

The following workers are not allowed to work overtime (article 77, Labour code of RK):

1) pregnant women who have provided the employer with a certificate of pregnancy;

2) under the age of eighteen;

3) people with disabilities.

Overtime work should not exceed two hours per day for each employee, and one hour for heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions. Total duration of overtime work should not exceed twelve hours per month and one hundred and twenty hours per year. Limitation of the maximum number of overtime work does not apply to the works in the cases provided for by subparagraphs 1) and 4) of paragraph 2 of Article 77 of this Code.

The employer is obliged to keep a record of the working hours actually worked by the employee. The time worked and unworked by the employee is subject to be recorded. At that, the overtime work, night work, weekends, holidays, days of business trips are separately taken into account. The form and procedure for keeping records of working hours are determined by the act of the employer. In cases when during the working hours of the employee the periods of work performed out of the workplace are included or their performance may not be recorded by the employer within a specific time, these periods are noted in the records of working hours as performance of the scope of work established by the employment contract (article 79, Labour code of RK) [12].

The labor standards (time, performance, labor intensity, maintenance, numerical strength) are the measure of labor costs and are established for an employee of appropriate qualifications in accordance with the level of equipment, technology, organization of production and labor. Development, introduction, replacement and revision of labor standards are carried out by the employer in the manner established by the authorized state body for labor. Labor standards are subject to mandatory replacement in the process of attestation and rationalization of workplaces, introduction of new technology, equipment and organizational and

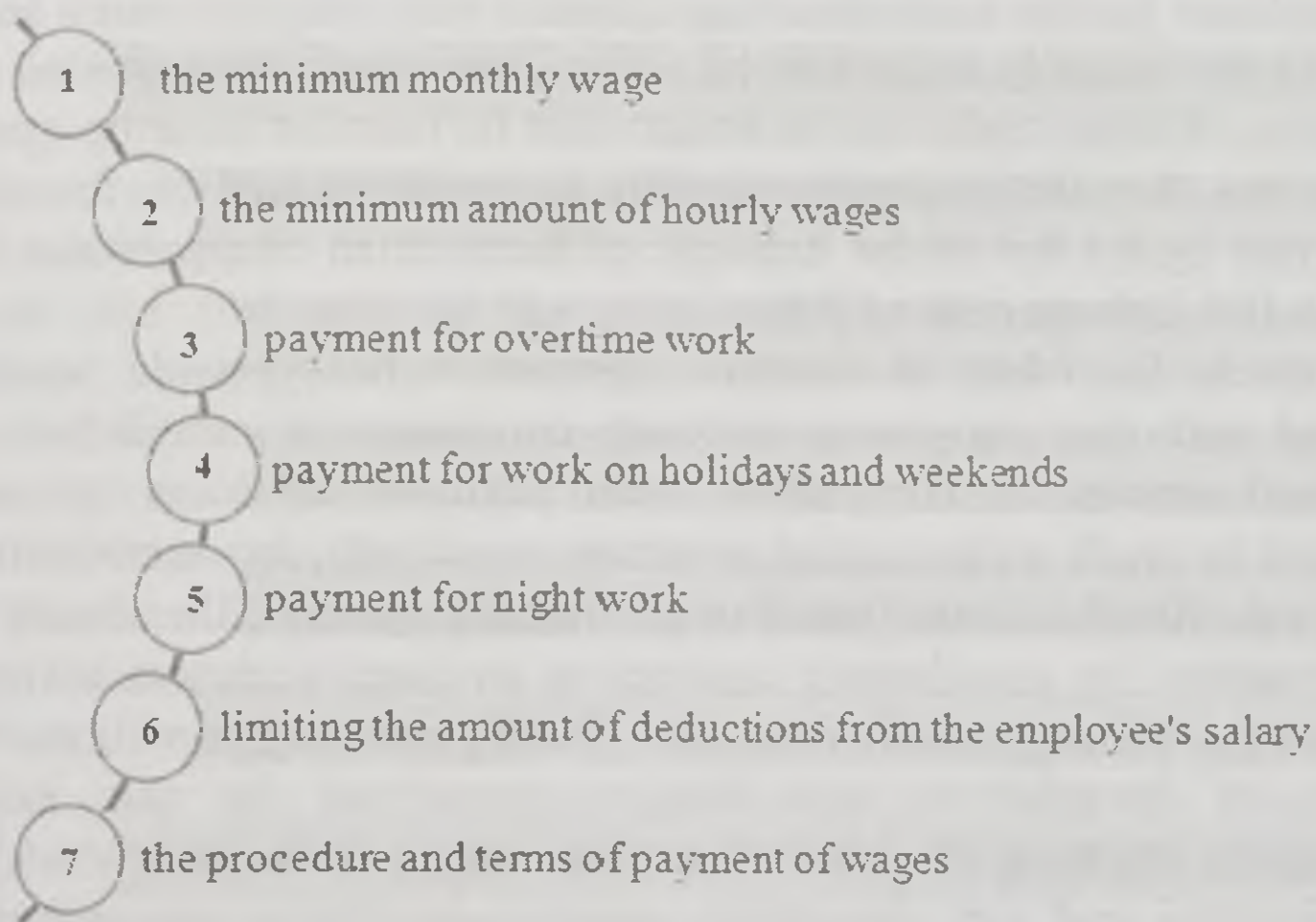
technical measures that ensure growth of labor productivity. Achievement of a high level of production (provision of services) by individual employees through the use of new methods of work and improvement of workplaces at their own initiative is not a basis for reviewing the previously established labor standards (article 101, Labour code of RK).

Employees are notified of introduction of new labor standards by the employer not later than one month prior to it. When developing labor standards, the following should be ensured (article 101, Labour code of RK):

- 1) quality of labor standards, their optimal approximation to necessary labor costs;
- 2) establishment of similar labor standards for the same work performed in similar organizational and technical conditions;
- 3) progressive nature of labor standards based on scientific and technological achievements;
- 4) coverage by the labor standards of those types of work for which it is possible and appropriate to establish the labor standards;
- 5) technical (scientific) validity of labor standards.

The labor standards in the organization, for the services (goods, works) of which the state regulation of tariffs (prices, fee rates) is introduced, are approved by the employer in agreement with the authorized state bodies of the relevant areas of activity and with the authorized state body for labor in accordance with the procedure established by it. Typical norms and labor standards are developed and approved by the employers' industrial associations, uniform and (or) inter-industrial model norms and labor standards for all areas of activity are approved by the National Chamber of Entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan in agreement with representatives of employees in accordance with the procedure established by the authorized state body for labor. Qualification requirements for employees and complexity of certain types of work are established on the basis of professional standards, and in their absence - on the basis of the Unified tariff-qualification reference book of jobs and occupations of workers, the Qualification reference book of positions of managers, specialists and other employees, the tariff-qualification characteristics of occupations of workers and standard qualification characteristics of positions of managers, specialists and other employees of organizations (article 101, Labour code of RK) [12].

On the picture 14 are located state guarantees for remuneration of employees (article 102, Labour code of RK):



Picture 14 – State guarantees for remuneration of employees

The amount of the monthly salary of the employee is established differentially, depending on qualification of the employee, complexity, quantity and quality of the work performed, as well as working conditions. The size of the monthly salary is not limited to the maximum size. The wage is paid to the employee for the time actually worked by him, recorded in the employer's documents on recording the working hours. The amount of the monthly salary of an employee who has completely worked out the working hours that have been determined for this period and has fulfilled the labor standards or labor obligations, may not be lower than the minimum monthly wage established for the relevant fiscal year by the law of the Republic of Kazakhstan on the republican budget (article 103, Labour code of RK) [12].

The minimum monthly wage set annually for the relevant financial year by the law of the Republic of Kazakhstan on republican budget should not be lower than the subsistence minimum and does not include surcharges and allowances, compensatory and social benefits, bonuses and other incentive payments and is paid in proportion to the worked time. The minimum amount of the hourly salary of an employee who has fulfilled his labor duties may not be less than the minimum monthly wage divided by the average monthly number of working hours according to the working

time balance for the corresponding calendar year. The minimum monthly wage or the monthly wage rate of a first-class employee provided for by the terms of labor, collective contracts and (or) acts of the employer may not be less than the minimum monthly wage established for the relevant fiscal year by the law of the Republic of Kazakhstan on republican budget (article 104, Labour code of RK).

Payment for labor of workers engaged in heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions is established in an increased amount in comparison with payment for labor of workers engaged in work with normal working conditions, by establishing the increased official salaries (rates) or additional payments, the size of which is determined by a collective contract or an employer's act, taking into account the industry coefficients that classify working conditions by the degree of harmfulness and danger determined by the industrial agreement. Payment for labor of workers engaged in heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions, in an increased amount is carried out according to the List of industries, workshops, professions and positions, the list of heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions. The labor payment conditions established by this article are provided to workers whose involvement in heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions is confirmed by the results of attestation of production facilities for working conditions. In the event that the employer fails to certify the production facilities for labor conditions, and also for workplaces that are not subject to attestation, the wages of workers engaged in heavy work, work with harmful, dangerous working conditions are made according to the List of industries, workshops, professions and positions, a list of heavy work, work with harmful and (or) dangerous working conditions (article 105, Labour code of RK) [12].

Conditions of the employment contract and (or) the employer's act may establish hourly wages for the work actually performed in case of part-time working day or partial load, as well as for temporary or one-time work. With the reduced working hours for certain categories of employees, provided by this Code, hourly wages are established. Remuneration for labor in the summarized recording of working hours is made for the actually worked-out working hours on the shift schedule (watch schedules). At the same time, wages are calculated on hourly tariff rate calculated on the basis of the tariff rate (official salary) and the monthly

standard of working hours in accordance with the working time balance for the corresponding calendar year (article 106, Labour code of RK).

Salary to an employee is established by an employment contract in accordance with the remuneration systems of the employer. The system of labor remuneration is determined by the terms of labor, collective contracts and (or) acts of the employer. To increase the interest of employees in improving production efficiency and quality of work performed, the employer may introduce bonus schemes and other forms of labor incentives defined by the terms of the collective contract and (or) acts of the employer. The wage system should ensure a share of the basic wage of at least 75 percent in the wages of employees without taking into account one-time incentive payments. Conditions of remuneration determined by agreements, labor, collective contracts and acts of the employer may not be worsened in comparison with the conditions established by this Code and other normative legal acts of the Republic of Kazakhstan (article 107, Labour code of RK).

With time-based pay, overtime work is paid at an increased rate under the terms of the labor or collective contracts and (or) the employer's act, but not lower than one and a half amount based on the daily (hourly) rate of the employee. In case of piecework remuneration, the extra payment for overtime work is made at a rate not less than fifty percent of the established daily (hourly) rate of the employee. By agreement of the parties, hours of rest are allowed for overtime work at the rate of not less than one hour of rest per one hour of overtime work (article 108, Labour code of RK).

Payment for work on holidays and weekends is made in an increased amount in accordance with the terms of labor or collective contracts and (or) the employer's act, but not lower than one and a half amount based on the day (hour) rate of the employee (article 109, Labour code of RK).

Every hour of night work is paid in an increased amount according to the terms of the labor or collective contracts and (or) the employer's act, but not lower than in one and a half amount based on the daily (hourly) rate of the employee (article 110, Labour code of RK) [12].

Workers performing in the same organization along with their main work, stipulated by the employment contract, the additional work for another or the same position or the duties of a temporarily absent employee without release from their basic work receive an additional payment.

Additional work assigned to employees may be carried out through (article 111, Labour code of RK):

1) combination of positions – the employee, along with his main job, as provided by the employment contract (job description), performs additional work for another vacant position;

2) expansion of service areas – the employee, along with his/her main job, as stipulated in the employment contract (job description), performs additional work for a specified duration of a working day (shift);

3) performance (replacement) of the duties of a temporarily absent employee – the employee, along with his / her main job, stipulated by the employment contract (job description), performs additional work for both the other and the same position.

An additional payment to employees for the performance (replacement) of the duties of a temporarily absent employee is not made if the replacement of a temporarily absent employee is included in the duties of a replacement employee. The amount of surcharges for combination of positions, the expansion of the service area or performance (replacement) of the duties of a temporarily absent employee are established by the employer in agreement with the employee on the basis of the volume of work performed.

The procedure for documentation of downtime and conditions for payment of downtime for reasons beyond the control of the employer and the employee are determined by the labor and collective contracts and set at a rate not lower than the minimum wage, due to the employer's fault - at a rate of not less than fifty percent of the average wage of the employee. The downtime caused by the employee is not payable (article 112, Labour code of RK).

Salary is established and paid in cash in the national currency of the Republic of Kazakhstan (RK) at least once a month not later than the first ten days of the following month. The date of payment of wages is specified in the employment contract. When the day of payment of wages coincides with weekends or holidays, payment is made on the eve of these days. When paying wages, the employer is obliged to notify each employee in written or electronic form on a monthly basis of the components of wages due to him for the relevant period, the amounts and grounds for the deductions made, including information on the deducted and transferred mandatory pension contributions, the amount payable. If the employer does not pay wages in full and within the time limits

established by the employment contract, the employer is liable in accordance with the laws of the Republic of Kazakhstan. The employer pays the employee a debt and a penalty for the period of the delay in payment. The penalty amount is calculated on the basis of the official refinancing rate of the National Bank (NB) of the Republic of Kazakhstan on the day of fulfillment of the obligation to pay wages and is charged for each delayed calendar day from the next day, when payments should be made, and ends on the day of payment. When the employment contract is terminated, the payment of amounts due to the employee from the employer is made not later than three working days after its termination (article 113, Labour code of RK) [12].

Calculation of the average wage both for a five-day and a six-day workweek is made for actually worked time on the basis of the average daily (hourly) wage for the corresponding period, taking into account the established surcharges and allowances, bonuses and other incentive payments, which are of a permanent nature, provided for by the remuneration system. To calculate the average salary, the calculation period is the twelve calendar months preceding the event, to which the corresponding payment (payment) is related, in accordance with this Code. For employees who have worked less than twelve calendar months, the average wage is calculated for actually worked time. The collective contract may provide for other periods for calculating the average wage, if this does not worsen the situation of workers. For all cases of calculating the average wage provided for by this Code, the authorized state body for labor establishes a uniform procedure for its calculating (article 114, Labour code of RK).

Deductions from the employee's wages are made by court decision, and also in cases provided for by the laws of the Republic of Kazakhstan and this article of the Code. Deductions from the employee's salary to pay off his debts to the organization in which he works may be made on the basis of an employer's act with a written notification to the employee (article 115, Labour code of RK):

- 1) for repayment of unspent and timely non-refunded amounts of money issued in connection with a business trip, as well as in case of failure to provide documents confirming expenses related to a business trip;

- 2) in cases providing compensation to the employer for the costs associated with training the employee, if there is a training contract, in

proportion to the unfinished working hours in the early termination of the employment contract;

3) to reimburse the unearned advance paid to the employee against the future wages;

4) in cases of postponing or recall of an employee from an annual paid leave, with the exception of paragraph 3 of article 95 of this Code;

5) in other cases in presence of the written consent of the employee.

When deducting from wages on several execution lists, as well as in cases provided for by the laws of the Republic of Kazakhstan and this article of the Code, the amount of monthly deduction may not exceed fifty percent of the wage due to an employee.

Control questions:

1. What is the document regulated the organization of the accounting of labor resources, use of working time and wages in Kazakhstan marketing research?
2. Types of working hours.
3. On the basis of which article of Labour Code are not allowed to work at night?
4. What is the labor standards?
5. What state guarantees for remuneration of employees do you know?

Topic 6. Costs, prime cost and income

Without the cost of production does not happen. Costs –is the cost of acquisition of the factors of production.

Adam Smith, David Ricardo believed that the costs is the average social cost per unit of output, i.e. the cost of a separate unit at an average enterprise or what the average costs for all enterprises belonging to the industry are. Production costs were defined as the price of production with rent payments.

Marxists (Karl Marx, Friedrich Engels) believed that the costs of production is the cost of good for a capitalist, namely the amount spent on purchase of capital goods and labor (1).

$$T = C + V + m, \quad (1)$$

where, T – value of goods;
C – constant capital;
T = K + m → V – variable capital;
T = K + P m – surplus value;
K – production costs;
P – profit.

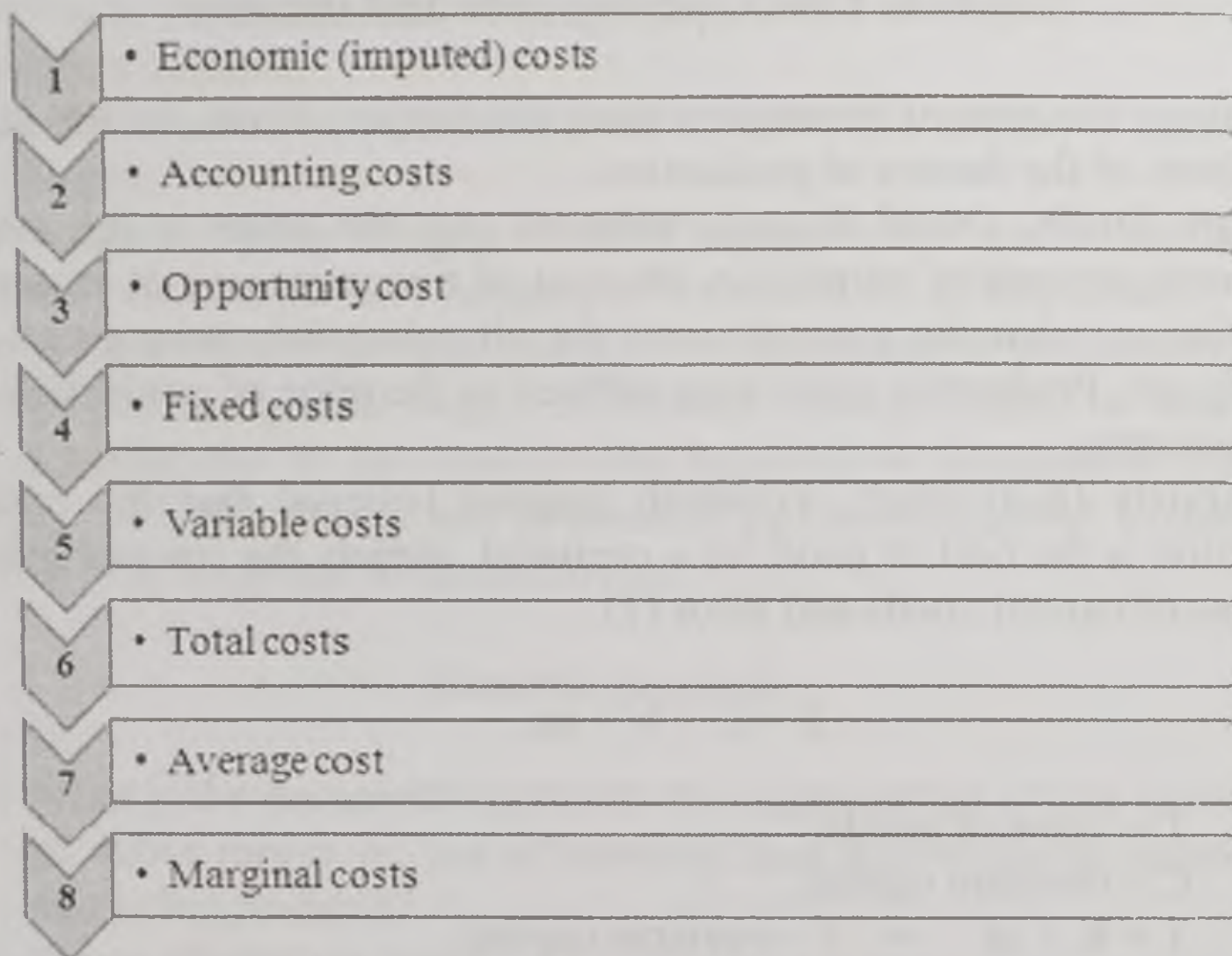
Production costs is a monetary expression of productive resources use resulting production and sale.

If you look at the sale with the position of the seller, in order to generate income from the transaction is first necessary to recoup the cost of producing the goods. On the picture 15 are located types of production costs.

Economic (imputed) costs - is the economic costs incurred, according to the businessman, during the process of production. Their structure includes:

- resources acquired by the company;
- internal resources of the company that are not included in the market turnover;
- normal profit, viewed an entrepreneur as a compensation for the risk in the business.

It is the economic cost of employer imposes a duty to reimburse itself primarily through price, and if it fails, he is forced to leave the market in a different sphere of activity.



Picture 15 – Types of production costs

Accounting costs – financial costs, payments made by the company in order to purchase on the side of the necessary factors of production. Accounting costs are always less economical because they take into account only the actual cost of acquisition of resources from external suppliers, contract, existing in an explicit form, which is the basis for the accounting.

Accounting costs in the structure have direct and indirect costs. The first consists of the costs of the production, while the latter include the costs, without which the firm can't work: overhead costs, depreciation, interest payments to banks, etc.

The difference between economic and accounting costs are opportunity costs.

Opportunity cost – is the cost of production, the firm will not produce as it uses resources in the production of this product. As such, the opportunity cost – is the opportunity cost. Their value is determined by each employer on their own, based on his personal views on the desired profitability.

The increase in production of the company, as a rule, leads to an increase in costs. But since no production can't grow indefinitely, so the cost is a very important parameter in determining the optimal size of the enterprise. For this purpose, apply the division of costs into fixed and variable.

Fixed costs – the costs of the company, which it is regardless of the size of its operations. These include: paying for rent, equipment costs, depreciation, property taxes, loans, salary management and administrative staff.

Variable costs – costs businesses that depend on the value of production. These include: the cost of raw materials, advertising, payment of wage workers, transport services, value added tax, etc. The expansion of production variable costs increase, and in reducing – are reduced.

The division of costs into fixed and variable and conditionally acceptable only for a short period, during which a number of the factors of production is unchanged. In the long run all costs become variable.

Total costs – is the sum of the fixed and variable costs. They are cash costs for production companies.

Average cost – is gross costs per unit of output.

The entrepreneur wants to know not only the minimum cost per unit of production, but also for the whole production. For this it is necessary to calculate the marginal cost.

Marginal costs – these are additional costs associated with the production of one more extra unit of output.

Cost price

Cost price is the total amount of money that it costs a manufacturer to produce a given product or provide a given service.

A cost price includes all outlays that are required for production, including property costs, materials, power, research and development, testing, worker wages and anything else that must be paid for. The manufacturer must calculate a product's cost price carefully to avoid taking a loss on sales or not being profitable enough. Scrupulous accounting and careful deliberations are required to set subsequent prices realistically. A sum for contingency may also be included in the cost price, given the difficulty of ensuring that all costs are accounted for.

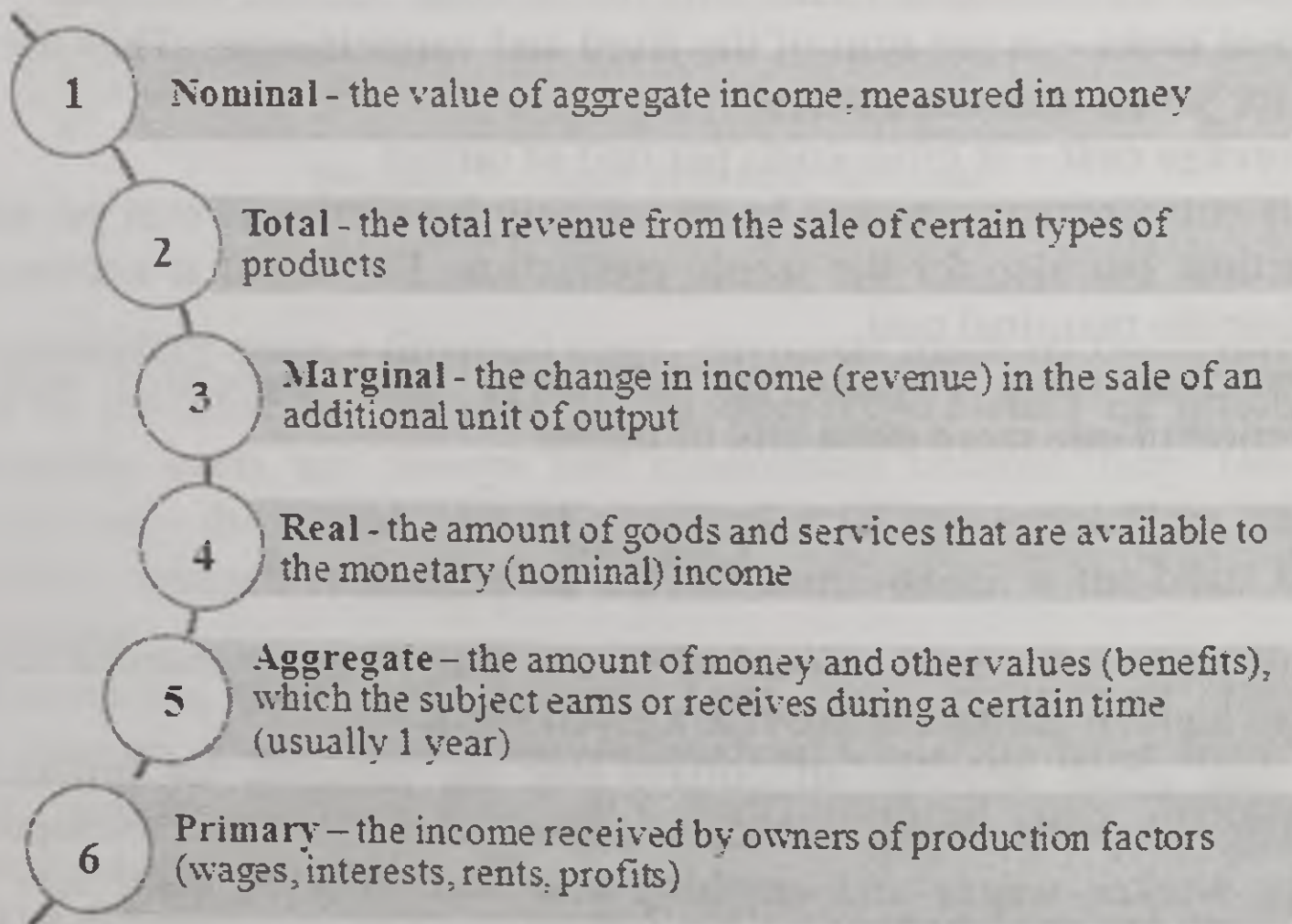
Cost price, along with the profit margin, determines a product's wholesale price. Between the manufacturer's suggested retail

price (MSRP) and the wholesale price, there is generally room for profit for both distributors and retailers. However, manufacturers occasionally offer a product at cost or even below cost – forgoing their profit – as a special incentive or a means of dealing with unforeseen circumstances, such as unfavorable market environments.

Cost price is often considered sensitive information that the manufacturer wants to protect from both customers and competitors.

Income

Income is a certain amount of money constantly or once flowing to agents, in other words, an economic benefit. This may be business profits, salaries, dividends, interests, etc. Income is rarely expressed in natural form. In accounting the income of a person is counted for a certain period, usually a year. Types of income are located on the picture 16.



Picture 16 – Types of income

Income from economic resources (factors of production) are called factor income. The owners of the factors of production (economic resource), the following types of income:

- on natural resources – rent (land, mining, water charges, etc.);

- of labor – wages;
- of the capital – interest (as the income of owners of financial capital) and income (the income of owners of real capital);
- of entrepreneurial skills – entrepreneurial income;
- knowledge of income from intellectual-property rights.

In economic life, particularly in the firm, is not always possible to distinguish between these types of factor incomes, especially because they are often combined with the proceeds from the sale of products.

Profit is a monetary expression of the main part of money savings generated by enterprises of any form of ownership.

Profit – the difference between the income of a business entity from the sale of products, goods and services and the costs of doing business. Profit is the most important indicator of the financial performance of the organizations, companies and other business entities, and is a target business.

Profit as a major category of market relations has the following main functions:

1. Profit is a measure that best reflects the efficiency of production and evaluates the economic activity (evaluation function).
2. Profit has a stimulating effect on the efficiency of financial and economical activity of enterprises (a stimulating function).
3. Profit is a source of budgetary resources and extra budgetary funds formation (fiscal function).

Sources of formation of company profits are formed due to:

1. monopolistic situation of the company to produce a particular product or (and) a unique product;
2. production and business activities;
3. innovative activities of an enterprise.

Types of profit:

1. Taxable profit is a profit, which is determined by reducing the amount of corrected company gross revenue to the amount of gross expenditure of the company and the amount of depreciation.
2. Net profit is a profit remaining in the disposal of enterprise after paying profit tax.
3. Balance sheet profit is a sum of profits (losses) of company, both on sales and earnings (losses) not associated with its production and sales.
4. Gross (total) profit is a profit obtained for a certain period.
5. Economic profit is the difference between gross profit and all expenses.

6. Accounting profit is the difference between gross profit of the company and explicit costs.

Basic principles of distribution:

1. Profits derived by an enterprise as a result of industrial, economic and financial activity is distributed between the state and the enterprise as an economic entity.

2. Profits are accumulated in the respective budgets (currently in the local budgets) in the form of profit tax.

3. Company's profits, remaining at its disposal after tax.

4. Profits, remaining in the disposal of the company, must be first sent to storage, ensuring its continued development, and only in the rest for consumption.

5. Distribution of net profit should reflect the formation of funds and reserves to finance the needs of enterprise production and development of social sphere.

Interest is an additional amount in share terms, payable by the debtor to the creditor for the use of financial resources.

According to a broad understanding of, the percentage is the income that results from the use of factor capital. It is easy to see that percentage as a fee for the loan (that is, the percentage in the narrow sense) is a special case of factor income capital when the latter is provided by one person to another in the form of money.

There are several theoretical approaches to explain the reasons for the formation percent. The main ones are:

1. The Marxist approach to the category of interest on the basis of the theory of surplus value;

2. treatment of interest in the framework of the net productivity of capital;

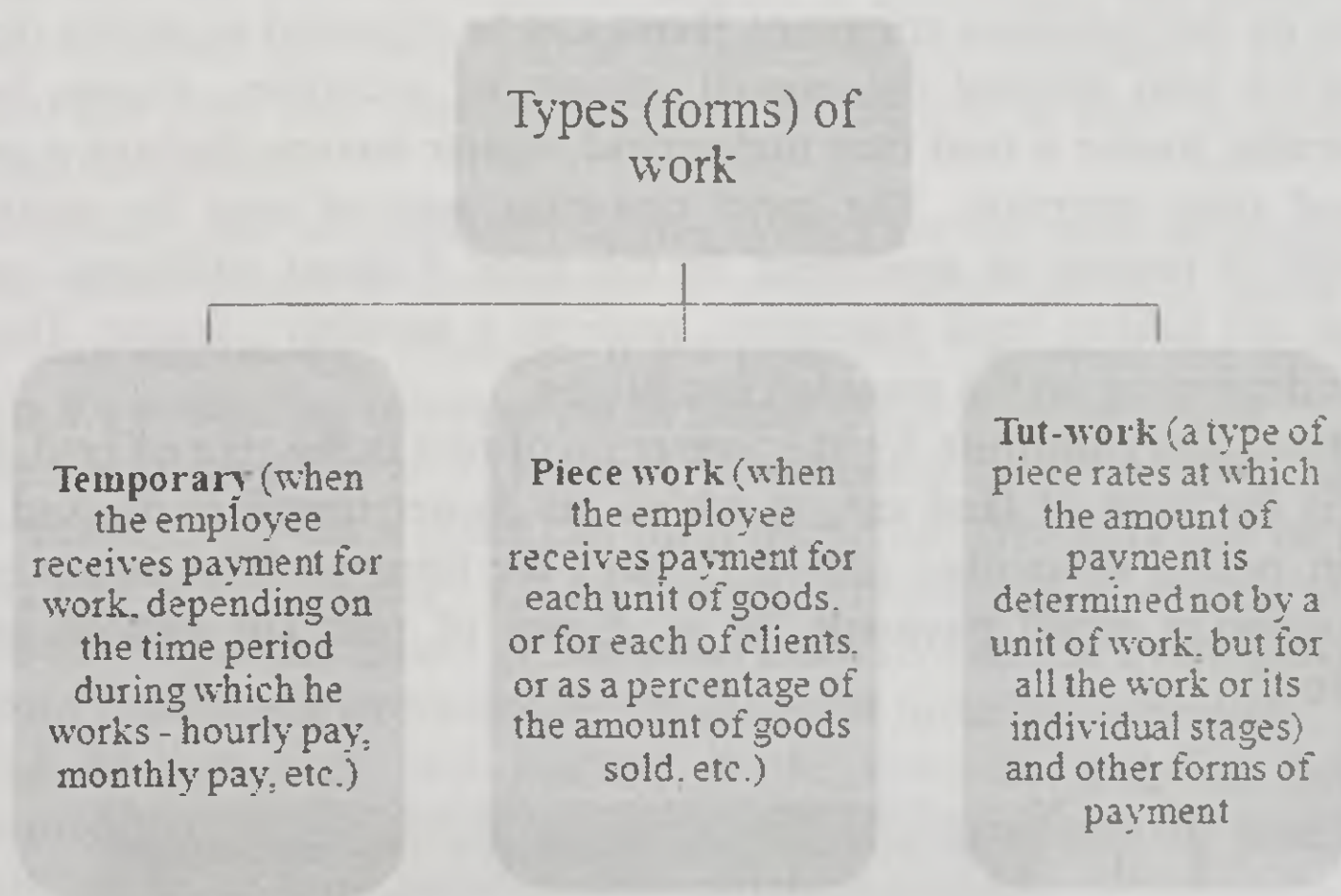
3. psychological approach to the concept of interest as part of the theory of marginal utility.

Interest rate is an amount shown as a percentage of the loan amount, paid by the borrower for the use in the calculation for a specific period (month, quarter, year). They distinguish nominal and real interest rates.

Wages is a price paid for the employment of the employee. To wide extent, this concept implies a labor of different categories of employees in a variety of professions as material production and services, as well as social services professionals (doctors, lawyers, scientists, teachers, etc.). In this case, the salary includes fees, bonuses and other remuneration.

To narrow extent, wages is a price paid by the employer for the employment of hired workers per unit of time (hour, day, week, month, etc.).

Depending on the methods of assessment and calculation of labor costs there are the following **types (forms) of work** (Picture 17):



Picture 17 – Types (forms) of work

D. Ricardo singled out the concept of "natural price of labor" as a payment for labor that is needed to ensure that employees have the opportunity to continue their race, without increasing or decreasing their number.

Nominal wages an amount of money earned by the employee for his work.

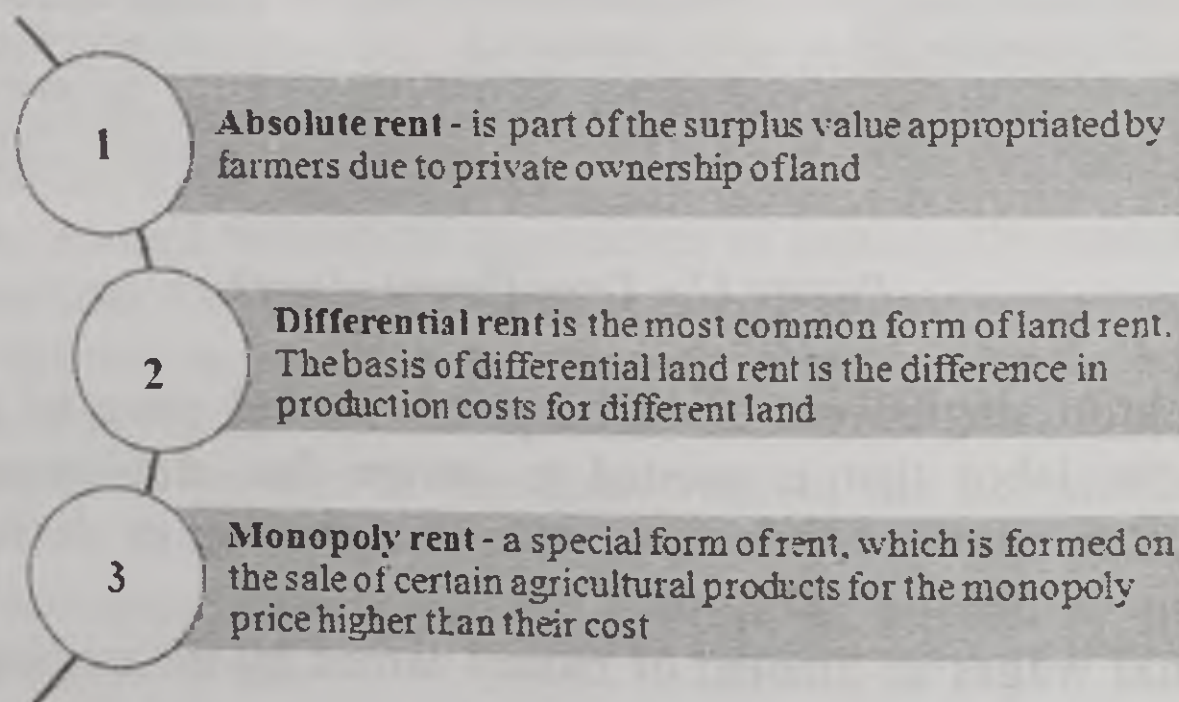
Real wages is an amount of goods and services, which can be purchased for money.

In modern economics concept of rent is understood more broadly than the profit obtained from the use of natural resources. Under the rent is understood returns to a factor of production, the supply of which is limited.

Rental income from land can be defined as the income received in excess of the basic costs of factors of production – labor, capital, and normal business profits.

Rent (from the Latin “reddita” – “returned”) is a regular income of a person in the course of leasing property, land, capital without additional costs. Rent recipient is not required to be an entrepreneur, i.e. to have a legal personality. Such income can be obtained on the example of putting the land, apartments for rent. Rents as well are got at sight of a loan in the form of interest at an annual payment of compensation to the insured person by the insurance company. Rents can be regarded as profits derived by taking into account the annual income of securities, shares, bonds. **Generally, under a rent** they understand regular income through a strictly defined time intervals. The most common way of rent by individual example is leasing an apartment. In this case, without additional costs a person not having legal education, receives a monthly income. The rent varies depending on the assumed conditions.

The **initial condition** for the formation of rent is the rent of land. **Land rent** is the form of land use, in which the owner transfers its land for a certain period to another person (lessee) for farming. The owner of the land receives rental payment for it. Types of rent are located on the picture 18.



Picture 18 – Types of rent

Control questions:

1. What is production cost?
2. Types of production cost.
3. What is cost price?
4. Income: types and their characteristics.
5. What is profit?

Topic 7. Business performance, measuring and evaluating. Leadership in Entrepreneurship

Companies have many possibilities for evaluating business performance.

The first and also the simplest method is to evaluate the performance by one selected indicator, which is based on the company's goal. This method has pros and cons and because of them it is used by small and medium companies.

Simplicity and intelligibility of this system are the main advantages, so far the disadvantage is orientation on achievement one goal while other goals stay behind. For example, if the goal is to maximize the profit, the criteria for evaluating business performance is the profit achieved.

The second option is a situation, when company is trying to achieve more goals. Company's goals can form hierarchic system or can be equal. In this case it is necessary for evaluating performance to choose a set of indicators, which are based on financial analysis and can evaluate various company's activities expressed by the different financial indicators.

The advantage of this method is the complex look on business performance, but the disadvantage is difficult evaluation of conflicting signals.

The last method is a combination of the previous. The idea is to find single indicator, which in its complexion monitors accomplishment of all goals. These indicators include averages, summarizing indices, coefficients of discriminant analysis etc.

The advantage is easy expression of the result while we can evaluate several goals at the same time. Application of the method is limited and reduces versatility of use [13].

Measuring business performance

Finding ideal concept for managing and measuring business performance is a complex problem and also experts represented by consulting firms, business managers or academics has been leading various discussions about it. There is a conflict between the use of traditional indicators for measuring performance and modern indicators, based on value – management.

Traditional approaches for measuring performance are mostly based on the primary company's goal, which is considered as profit maximization and for its expression large number of indicators is used, but they are not

always compatible with each other. Traditional financial indicators can show just overall results, but they don't indicate in what area company should be better to accomplish its strategic goals.

Modern approaches to value – based management of the company are trying to connect all company's activities together with people, who are involved in business process, using one criterion that resulted in the increased value of the invested capitals by company's owners.

Category of the economic profit is inserted into indicators, which takes into account also alternative costs of the capital. Alternative costs represent income from missed opportunity for business owners, from opportunity, which has been sacrificed and has the same risk as the studied company.

The concept of value – based management represents system, strategies, processes, analytic technic and also company's culture goals. Value management connects with effort to maximize the value that means trying to achieve maximum benefit for company's owners in the form of sharing the profit.

The basic criterion for evaluating the investment in the company and its effectiveness is **net present value**. The result expresses how the decision influences owners of the capital. For **net present value** is equation (2):

$$NPV = -I + PV, \quad (2)$$

where, NPV – Net Present Value in units;

PV – Present Value of future benefits from investment in units;

I – Invested capital by owners to company in units.

For investor Net Present Value should be higher than zero and then the investment is profitable. From the perspective of the owner it is the way how to maximize business performance maximizing net present value.

It's necessary to determine the net present value of future benefits from investment, the net present value of the future cash flows that can be expected from company's activities. We talk about discounting cash flows, which takes into account consideration about risk taken by owner and the time value of money.

For **present value** of future benefits from investment is equation (3):

$$PV = \sum_{t=1}^n \frac{P_t}{(1+i)^t}, \quad (3)$$

where, P_t – cash flow in each year in units;

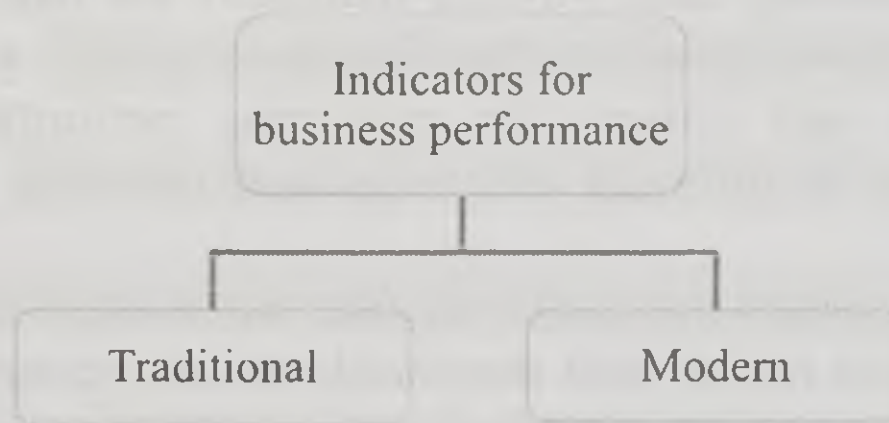
t – each year;

n – total number of years;

i – rate of interest (alternative cost of own capital).

Value – based management represents application of the criteria net present value in company's management for acceptance of any evaluation.

Indicators for business performance are located on the picture 19.



Picture 19 – Indicators for business performance

Traditional indicators for business performance include indicators of the absolute value of earnings, indicators of cash flow and profitability indicators. Indicators of earnings are the most common, they can be expressed by net income, earnings before taxes, earnings before interest and taxes and earnings before interests, taxes and depreciation.

Indicators of cash flow give us information about cash income and expenses. For example total cash flow, operating cash flow or free cash flow. The last group of indicators is profitability indicators that show profit and include return on sales, assets, invested capital, earnings per share.

Traditional indicators have also their disadvantages which are given by that they are based on accounting data and especially on earnings. Inflation, risk, the time value of money and alternative cost are not taken into account.

Critical findings are not only about earnings but also about problems with capital structure. The value of the profitability indicators should be compared with opportunity costs to be relevant.

Financial analysis is an inseparable part of the company financial management. It evaluates the past and present economic development from different angles and creates condition for future decisions and plans.

Results of the financial analysis provide valuable information not only for internal users, but also for external users. Financial analysis is based on

analysis of the financial statements, which are balance sheet, income statement and cash flow statement. All areas of business performance are being evaluated and we talk about debt analysis, analysis liquidity, profitability, activity and market value [13].

Modern indicators. Criticism of traditional indicators for business performance led to production of modern indicators. This criticism is based on different valuation of the company by market and performance measure by accounting data. Modern indicators are based on acceptance of the value for capital owners as the highest company's goal.

Requirements and criteria for measuring performance led to the creation and use of different indicators and concepts for performance management.

The most important indicators include: discounted cash flow, market value added, excess return, total shareholder return, economic value added, shareholder value added, cash flow return of investment (CFROI) and others.

Key factors influencing business performance

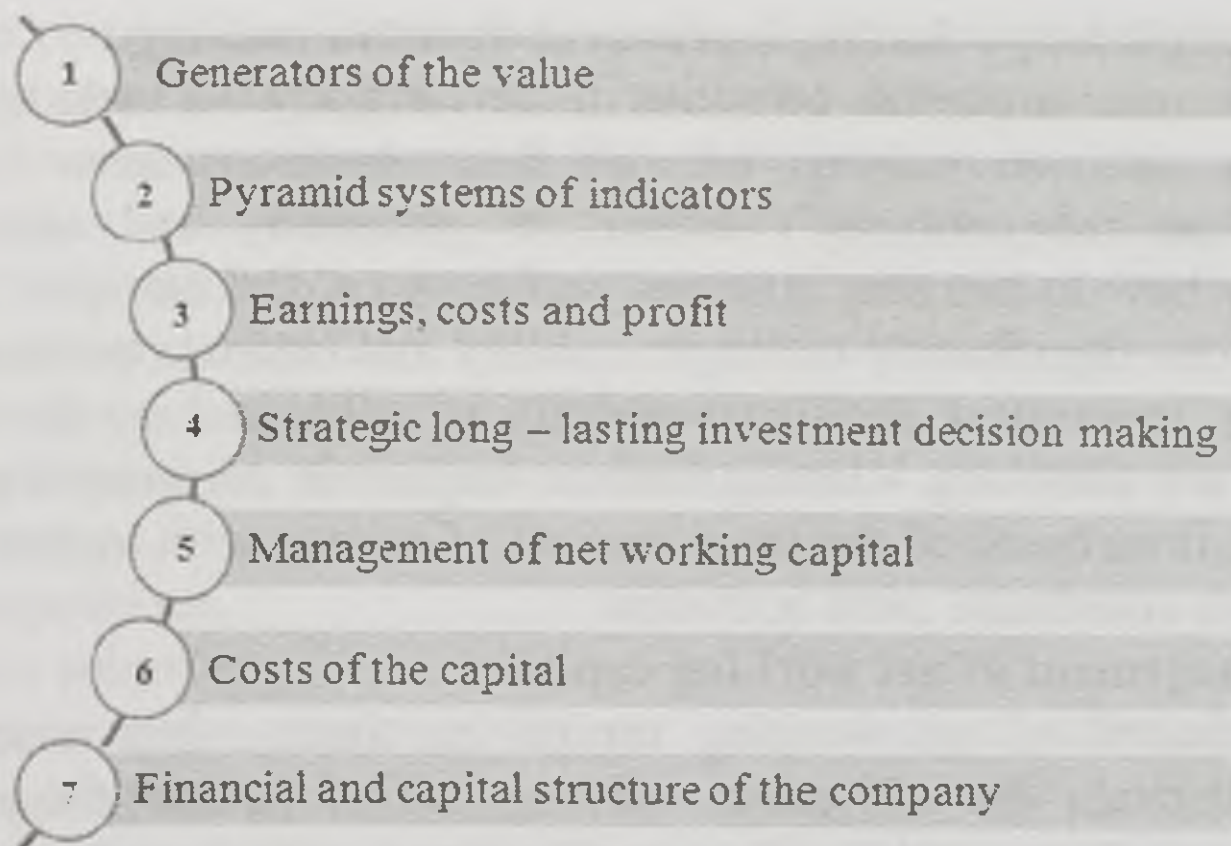
On the growth of business performance top management of the company is mainly involved. They affect managers at lower levels and those are interested in changes, which they are able to manage from their position and that can/ lead to increasing value. It is important to know factors, which can affect business performance.

Identifying factors and its impact on the value of performance is an important tool of the management oriented on the growth of company value.

The main factors affecting the business performance are generators of the value, pyramid system of indicators, earnings, costs and profit, strategic long – lasting investment decision making, management of net working capital, costs of the capital, financial and capital structure of the company (Picture 20) [13].

1. Generators of the value.

Generators of the value are factors, which mainly affect the final business performance. These factors enter into indicators for measuring the performance and for each method of measurement they are different. Resulted value of the performance depends on the right determination of these factors.



Picture 20 – The main factors affecting the business performance

2. Pyramid systems of indicators.

In managing business performance we need a tool, which can capture the line between that, what is happening in the company. This tool can be systems of indicators, which are connected together by logical construction. The most effective is to use pyramids systems of indicators for identification factors, which are affecting business performance. The basis of pyramid systems is decomposition of the top indicators of the performance on partial indicators, which are connected. For managing the value is then possibility to quantify the degree of influence from partial indicators and useful is also sensitivity analysis of the value change that depends on change of the one chosen generator of the value.

3. Earnings, costs and profit.

Earnings, costs and profit play an important role in the growth of business performance. Growth will be achieved in case of increasing earnings or decreasing costs. Financial accountings distinguish company's earnings as earnings from operating activities, financial and extraordinary activities. However, information from financial accounting are not sufficient for managing earnings and costs of the company, so it is necessary to obtain information that helps manager make decisions, which lead to effective company activities. We can acquire this information from manager accounting, which rules are not strict, but are created for need of the company.

4. Strategic long – lasting investment decision making.

Into the most important activities in the company we include strategic investment decision making, because these decisions have immediate influence on the company's future, its prosperity and also on the possibility how to increase business performance. On the other side bad decisions can significantly endanger stability and business performance in the future. Investment decision - making is influenced by the fact that decisions are with long – lasting horizon impact on company's activities. Those are investment of the huge amount of money with higher risk and necessity to coordinate more activities.

5. Management of net working capital.

The concept of net working capital has been often mistaken for working capital. We talk about working capital in relation to current assets. Net working capital is the part of working capital, which is financed by long – term capital. Parts of the working capital are inventories, receivables and current financial assets, which if we reduce by short – term foreign capital, we will get net working capital. Managing net working capital means managing of all its parts.

6. Costs of the capital.

Gaining capital and its investment is connected with cost, which height is in some cases hard to determine, but in other cases it is easy. From an economic point of view we are interested in the different types of capital and costs connected with them. We are also interested in the average costs of capital, which significantly affect company's investment and financial decisions.

7. Financial and capital structure of the company.

Financial and capital structure of the company informs about capital's structure, by which company's property is financed. Financial structure involves capital's division on own capital and long - term and short – term foreign capital. Capital structure divides long – term company's capital on the own and foreign one. Both terms are used in some literature sources also as synonyms. Structure of capital must involve also information about interest or no interest of foreign capital.

Users of the results of measuring business performance.

Measuring and evaluating business performance connects with the answer on the question for who we really measure the performance or who are users of the information about business performance. Mostly we face with idea that they are all subjects, which have a need to know something

about the course, conditions and results of the studied activity and this knowledge use for their behavior. One option how to divide users of the results of business performance is from the relation to company on internal and external users. Between external users we can put these groups of subjects (Wagner, 2009):

- Owners of the capital.
- Other providers of the financial sources.
- Suppliers of the other sources, except capital and work.
- Customers.
- Competitions.
- Other subjects.

Reasons, why external users are interested in information about business performance are different. For example: recovery of their rights from the company, influence direction and development of the company, comparison of the business performance with other subjects. Fundamental group of internal user of information about business performance is group of managers.

Control questions:

1. How to calculate Net present value in units and present value?
2. Types of indicators for business performance.
3. What main factors affecting the business performance do you know?
4. What is management of net working capital?
5. What is the costs of the capital?

Topic 8. Business plan: structure and form.

Technology for developing a business plan

A company's business plan is one of its most important documents. It can be used by managers and executives for internal planning. It can be used as the basis for loan applications from banks and other lenders. It can be used to persuade investors that a company is a good investment. For start-up ventures, the process of preparing a business plan serves as a road map to the future by making entrepreneurs and business owners think through their strategies, evaluate their basic business concepts, recognize their business's limitations, and avoid a variety of mistakes [14].

Virtually every business needs a business plan. Lack of proper planning is one of the most often cited reasons for business failures. Business plans help companies identify their goals and objectives and provide them with tactics and strategies to reach those goals. They are not historical documents; rather, they embody a set of management decisions about necessary steps for the business to reach its objectives and perform in accordance with its capabilities.

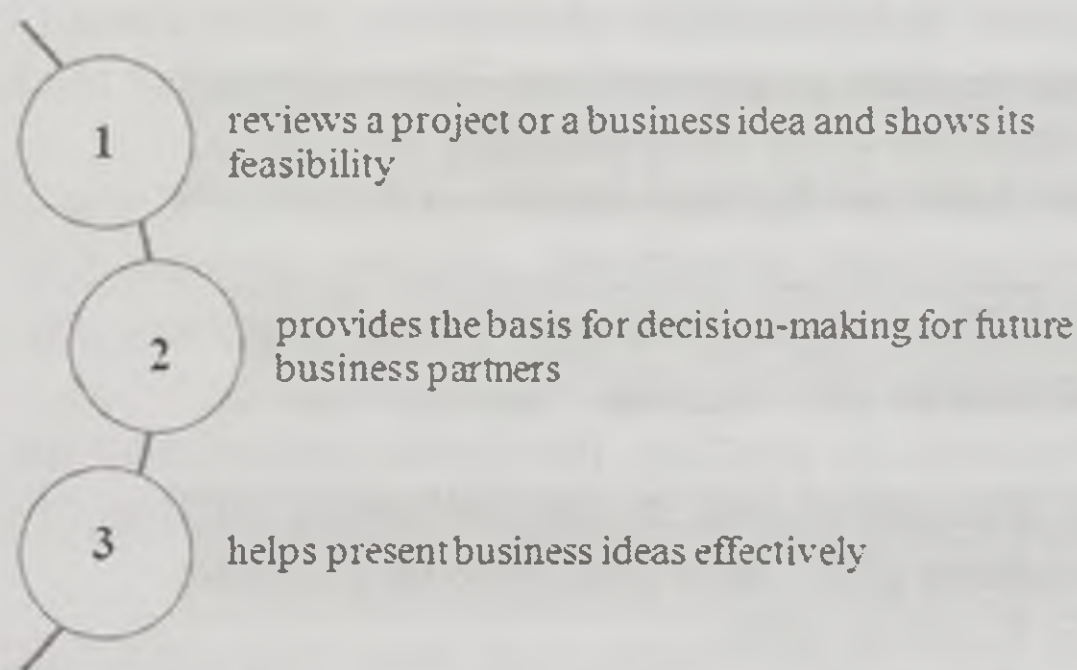
"By its very definition, a business plan is a plan for the business, clarifying why it exists, who it exists for, what products and services it provides these client groups, how it intends to develop and deliver these products and services, and where it is headed," Rebecca Jones wrote in *Information Outlook*. "A business plan is a roadmap for the organization, showing the destination it seeks, the path it will follow to get there, and the supplies and wherewithal required to complete the journey."

A business plan is especially useful if the company is about to take an important step in its development, whether this is the founding of a business, the introduction of a new product, expansion abroad, the acquisition of another company, or the creation of a succession plan. In these and similar cases, it is crucial to show, with the help of a business plan, that there is an opportunity for future success.

This requires a precise market assessment and planning of the company's activities. Writing a business plan compels management to clearly present its plans and goals. The business plan also allows management to show prospective business partners or future members of management the opportunities and risks of the proposed business strategy.

It creates transparency regarding the solutions for meeting real customer needs and thus promotes trust in your company. Together with

good management, it forms the basis for long-term aboveaverage returns for the company. The business plan is therefore important as an acquisition and negotiating document. Goals of a business plan are located on the picture 21.



Picture 21 – Goals of a business plan

Before you turn to the individual sections, you should first note some basic rules on content and form when writing a business plan.

Basic rules on content

- Keep your business plan short, precise, and clear. The use of technical expressions should be reduced to the minimum necessary or explained in a footnote. The business plan should not be more than 20 to 30 pages long.

- Make a clear distinction in your statements between facts and plans. Always address negative topics, as well. Justify your assumptions about the future. If you use third-party sources, quote them with information about their origin.

- A business plan should not be artificially inflated, but should instead focus on what is important. Additional and background information should therefore be included in an appendix. Corresponding references to the appendix are made in the body of the text.

- Abide by the rule “Don’t make me think” when you are writing – write as concisely as possible, but always in a manner that ensures the reader will not be left with any unanswered questions.

Basic rules about form

- Avoid a “loose-leaf” book. The business plan should be bound or stapled.

- Provide the name, address, and telephone number of the company and the name of the main person responsible on the title page. If you want to distribute the business plan to various investors, it is a good idea to number and personalize the individual copies.

- Do not forget to include a table of contents, which should be divided by individual sections. Use page numbers. This will enable readers to find information that interests them more quickly.

- Attachments, such as balance sheets and analyses, the résumés of members of management, newspaper articles, prospectuses for the company or products, letters from customers/ suppliers, etc. are best included in the appendix.

- Practical structure: In practice, the format included in the checklist (see the end of this guide) and in the following section “Format and contents of the business plan” have proven to be effective.

Preparing the business plan.

The process of preparing and developing a business plan is an interactive one that involves every functional area of a company. Successful business plans are usually the result of team effort, in which all employees provide input based on their special areas of expertise and technical skill. Business owners and managers provide overall support for the planning process as well as general guidelines and feedback on the plan as it is being developed.

Some companies make the planning process an ongoing one. In other cases, such as for a business acquisition, it may be necessary to prepare a business plan on short notice. The process can be expedited by determining what information is needed from each area of a company. Participants can then meet to complete only those plan components that are needed immediately. During the planning process, it is usually desirable to encourage teamwork, especially across functional lines. When people work together to collect and analyze data, they are far more likely to be able to arrive at objectives that are consistent with one another [14].

A few basic steps can be identified in the planning process. The first step is to organize the process by identifying who will be involved, determining the basic scope of the plan, and establishing a time frame within which the plan is to be completed. Company leaders not only communicate their support for the planning process, they also define the responsibilities of each party involved. Work plans that supplement the general timetable are helpful in meeting deadlines associated with the planning process.

Once the planning process has been fully organized, participants can begin the process of assessment. Internal evaluations include identification of strengths and weaknesses of all areas of the business. In addition, it is generally useful to assess and evaluate such external factors as the general economy, competition, relevant technologies, trends, and other circumstances outside the control of the company that can affect its performance or fundamental health.

Setting goals and defining strategies are the next key steps in the planning process. Using the assessment and evaluation of internal and external factors, fundamental goals for the business are developed. Pertinent areas to be studied include the company's competitive philosophy, its market focus, and its customer service philosophy. Specific performance and operational strategies are then established, based on these goals.

After strategies and goals have been defined, they are translated into specific plans and programs. These plans and programs determine how a company's resources will be managed in order to implement its strategies and achieve its goals. Specific areas that require their own plans and programs include the overall organization of the company, sales and marketing, products and production, and finance. Finally, these specific plans are assembled into the completed business plan.

Structure of the business plan

Depending on the duration of the planned period, the prospective (long-term and medium-term) and current (short-term) planning are allotted.

Let us consider in more detail each of these plans.

1. Long-term plans developed for 10-25 years, are aimed at solving many strategic directions of the enterprise;

2. Medium-term plans are developed for 3-5 years. They form the main tasks for a set period, for example, the company's production strategy, marketing strategy, financial strategy, etc. Medium-term plans envisage the development in a certain sequence of activities aimed at achieving the goals outlined by the long-term development program. The medium-term plan usually contains quantitative indicators. It provides detailed information about products, investments, sources of financing. It is developed in production departments. The main type of medium-term plans is a business plan, which has a number of features disclosed below.

Current (or short-term) plans, in which all lines of activity of the enterprise and the work of all its structural units are coordinated for the forthcoming financial year. Such a plan covers production, marketing, research and development, marketing, personnel development and financial resources. The current planning is mainly to determine the intermediate goals on the way to achieve strategic goals and objectives. At the same time, the means and methods for solving problems, the use of resources, the introduction of new technology are developed in detail. The main components of the current plan are the calendar plans. Especially often during the current planning, marketing plans are developed.

The strategic plan, characterizes the activities of organizations operating in market conditions. Strategic planning is mainly to determine the main objectives of the firm, covers a period of 10-15 years is based on global resources. Such planning aims to provide a comprehensive scientific justification for the problems that the firm may face in the forthcoming period, and not this basis to develop the company's development indicators for the planning period.

The strategic plan is expressed by the corporate strategy. It contains decisions on the areas of activity and the choice of new directions. It can list the main projects and set their priorities. It is developed at the level of senior management. Usually the strategic plan does not contain quantitative indicators.

The structure and content of the business plan are not strictly regulated in contrast to the plan for production and economic activities of the enterprise. The business plan can have 6, 7, 12, 18 and other number of sections. It is focused on achieving success mainly in financial and economic activities. When preparing a business plan, you should pay attention to the following conditions:

1. The business plan must be professional. In terms of content and appearance, they judge the competence of the entrepreneur who developed this business plan. This document should be simple, understandable and accessible for use.

2. The business plan should be divided into chapters (sections). The first section - the goals and objectives of business. The business plan must be designed in such a way that any investor can easily find in the plan the sections, parts, and points that interest him. To this end, it is necessary to provide for the functional division of each chapter. For a more complete and clear perception of information it is recommended to use tables, charts, diagrams, graphs.

3. An objective evaluation of the business plan should be secured. First of all, it is necessary to familiarize with it all members of the entrepreneurial team. The accountant or chief accountant should carefully check all financial calculations. If possible, an opinion on the business plan should be made by the auditor. In other words, no potential investor should discover any mistake in the business plan.

4. It is necessary to control the distribution of the business plan, as it contains confidential information about the business of an entrepreneur or a group of entrepreneurs. Each instance should be numbered. In any case, at the first acquaintance with a potential investor, you should provide him with a brief overview or a summary of the data, and if the investor expressed his interest, only in this case it is possible to present him with a detailed plan.

5. The optimal business plan is the business plan, which includes seven sections.

The sequence of work on drawing up a business plan is as follows:

- ✓ summary;
- ✓ projected product or type of service;
- ✓ estimation of the market;
- ✓ competition;
- ✓ marketing strategy;
- ✓ production plan;
- ✓ organizational plan;
- ✓ legal plan;
- ✓ risk assessment and insurance;
- ✓ financial plan;
- ✓ financing strategy.

The **summary** should include the main points and ideas of the business plan. It should consist of 3, 4 pages, in three parts: introduction (the purpose of the plan and briefly the essence of the project), the main content (a brief description of all the key points of the business plan) and conclusions (presentation of the factors for the future success of the project, ways of action of the entrepreneur). Since this section is the main one, it is created and refined as the plan is worked out, and it ends only after the business plan is compiled as a whole. The abstract should be brief and give an overview of the plan, and it should be drafted so that the reader has a desire to continue reading the business plan.

In the section of the **projected product or type of services** should be recorded:

– visual data that allows you to "touch" the business product with the required completeness (prototype, its characteristics, descriptions, models and photos);

– information about the circle of consumers of an entrepreneurial product and the needs that it will satisfy: the forecast of solvent demand for goods;

– data on the region, population groups, organizations, which, preferably based on analysis and forecast, will become buyers and consumers of the goods;

– data on the dynamics of expected consumption of goods over time periods, taking into account the factors that affect the changing needs in this product.

The results of forecast-analytical assessments of these parameters are included in the business plan; forecast prices for which it is intended to sell the product of entrepreneurial activities (products, goods, works, services). Given the high level of inflation, the foresight of the price of an enterprise product represents the most difficult element in the compilation of most business plans.

Section **evaluation of the sales market** should contain no more than 5-6 pages of typewritten text. This section is a direct continuation of the study of needs and forecasting of prices. It predetermines the volume of production and sales of goods for the time periods of the implementation of the entrepreneurial project.

The research, analysis, assessment of the market in the process of preparing a business plan are based, on the one hand, on assumptions, i.e. are of a prognostic nature, and on the other hand, a preliminary agreement with a potential buyer or with trade and marketing organizations.

In cases of short-term small or long-term large business projects, the situation is different. In the first case, it is possible to establish with a high degree of reliability a range of customers, consumers of an entrepreneurial product, which allows us to conclude on the volume of sales. In the second case, the situation is more complicated. Change in demand for a product, its sale, consumption are established in the preparation of a business plan on the basis of assumptions, estimates, calculations) of forecasts.

When developing this section, it is necessary to take into account competitors, their capabilities, capabilities and pricing policy.

The fourth section is aimed at **studying competition**. In it it is necessary to characterize the external marketing environment of the enterprise.

First of all, you should objectively answer the questions:

1. Who is the largest producer of similar products.

2. How their affairs are:

- with objects of sale;
- with incomes;
- with the introduction of new models;
- with technical service (if it concerns machines or equipment);
- whether they pay much attention and money to advertising their

products.

3. What is the products of competitors:

1) the main characteristics;

2) the level of quality;

3) design;

4) the opinion of buyers.

4. What is the level of prices for products of competitors. In outline (tentatively) their price policy. It is necessary to evaluate the competitors extremely soberly, otherwise there is a great risk of being with the reputation of a bad entrepreneur.

The section of the **marketing strategy** should be informative, useful and convincing. The main task is to explain to potential partners and investors the main elements of their marketing plan. The volume of the section is 3-4 pages of typewritten text.

The main elements of the marketing plan include:

1. Scheme of distribution of goods (through its own branded stores, through wholesale organizations);

2. Pricing (method of determining the prices of goods, expected level of profitability on invested funds);

3. Advertising (methods of organizing advertising, the amount of funds needed to implement advertising);

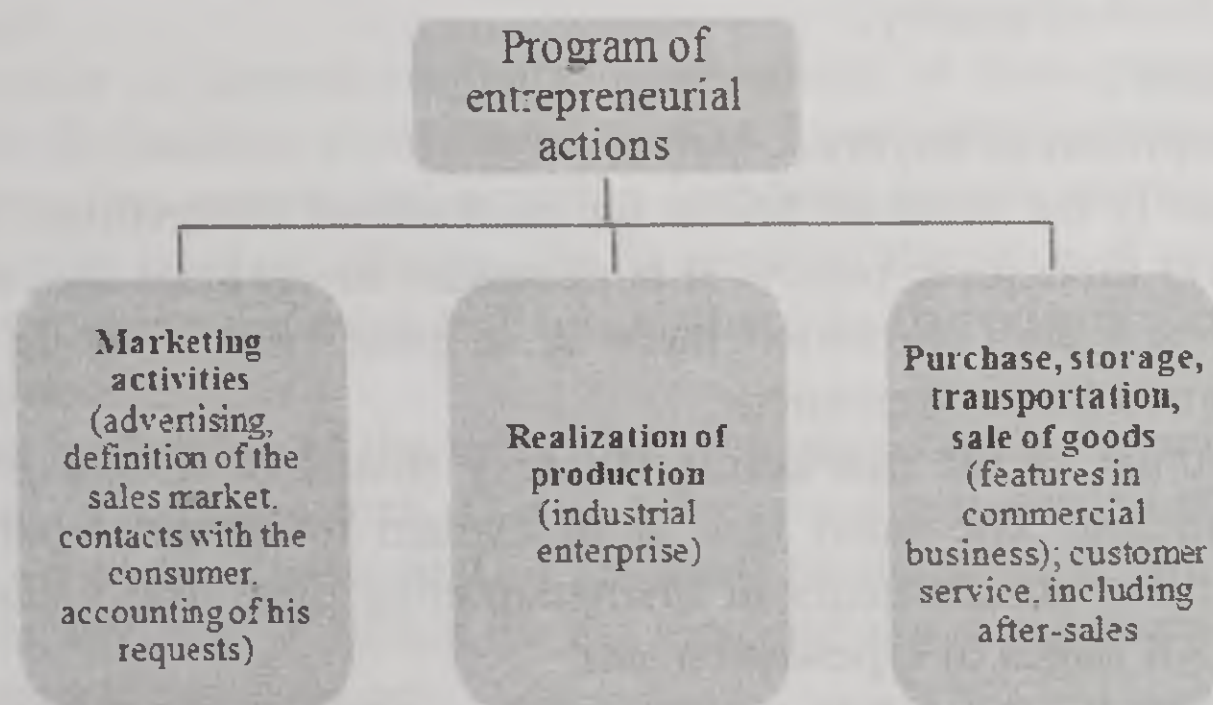
4. Methods of sales promotion (due to expansion of sales, due to new forms of attracting customers).

5. Formation of public opinion about the firm and goods: the development of techniques that make it possible to achieve a good reputation of their goods and the company itself in the public eye.

All the main components of the **production system** should be described in the business plan. In addition, the production plan should include economic calculations of production costs, the main production methods and technologies, the general structure of the production process

should be presented. The main objective of this section of the business plan is to prove to potential partners the reality of producing the right amount of goods and within the given time limits. The data of this section are presented in the future for 2-3 years in advance, but for large enterprises and for 4-5 years. This section of the business plan ends with an evaluation of the possible costs of production and its dynamics for the future.

Organizational plan. The content of this section largely depends on the type of entrepreneurial activity (industrial, commercial, financial). The program of entrepreneurial actions are located on the picture 22.



Picture 22 – Program of entrepreneurial actions

Organizational measures are an integral part of the program of actions designed to facilitate the streamlining of the business plan. These are ways to manage the implementation of the business plan, organizational structures for project management, methods for coordinating the actions of performers, as well as measures to establish special forms of labor remuneration, incentives, recruitment and training (personnel), accounting, control,

In the section it is necessary to note with whom the organization of a new business is to be organized and how it is planned to establish work with it. At the same time, the starting point must be qualified requirements, where it is indicated:

- which specialists (which profile, education, experience) and with what salary are necessary for successful business management;

- on what conditions are specialists recruited (permanent work, part-time workers);
- is it possible to use the services of an organization to hire such professionals?

– in case a part of the staff is already employed, it is necessary to give about.

Their employees brief biographical data: qualifications, previous work experience.

It is advisable to specify in this section also the issues of remuneration of supervising personnel and its incentives.

Legal plan. In the section, you must select the form of the organization you want to specify:

- private ownership;
- cooperative;
- state ownership;
- joint venture and so on.

Risk assessment and insurance. This section is divided into two parts:

In the first, all types of risks are anticipated, which the authors of the business plan may encounter: fires and earthquakes, strikes and interethnic conflicts, changes in tax regulations and currency fluctuations, and sources and the time of their occurrence.

The second part answers the question: how to reduce risks and losses. The answer should consist of two points:

1. Organizational measures for risk prevention are indicated, measures are being developed to reduce these risks and losses.
2. A risk insurance program is being implemented.

In the case of creating a modern system of commercial insurance, business plans specify the types of insurance policies (any step from buying equipment to securing foreign currency due to speculative fluctuations in exchange rates) can be insured and what amounts are planned to be purchased.

This section deals with the **financial security** of the trade organization. Analyzing the domestic experience on the development of a business plan, we can conclude that of all its sections, the least developed is the financial plan. We emphasize how great the role of methodical support is precisely the financial part of the business plan.

The section is intended to generalize the materials obtained as a result of all previous work and to present them in value terms.

The forecast of financial results is proposed to be made in the form approved by the order of the Federal Office for Insolvency (Bankruptcy) Affairs. At the same time, it is suggested that when developing a financial section of a business plan, proceed from the fact that the definition of the funds necessary for the financial development of an enterprise involves the evaluation of this plan as an investment project. This means that the costs of the enterprise provided by the business plan should be justified by their economic efficiency.

The forecast of financial results will only be reliable when the information on the prospects of growth of the basic production indicators, the dynamics of which was justified in other sections of the business plan, is reliable. The revenue from the sale of products is determined based on the forecasted sales volumes for the planned year and the forecast prices. Naturally, because of the large assortment of products, sales proceeds can be given only in the total amount, and not with respect to one type of product, as provided for by the methodology of the Federal Office for Insolvency.

The forecasting of sales volumes, costs of production of products sold, results from other sales, revenues and expenses from non-sales transactions, as well as payments to the budget from profits should take into account the enterprise's possibilities to find additional reserves for production growth and product sales.

For a real assessment of the additional financial opportunities identified as a result of the analysis of the financial and economic activities of the society, it is useful to make this estimate in several variants.

The financial plan is the resultant part of the business plan. Contains project data on financial flows, investment size, sales volumes, and investment requirements. It is developed, as a rule, for 3-5 years. The draft of the first year is signed monthly, the second – on a quarterly basis, the data of subsequent years are given in general for years. If for the first year the planning is carried out with reference to a certain group of indicators and the specifics of the costs of the first year of production, then the second one is based on the results of studies of market capacity and trends in its overall change. In the third - fifth years, it is expedient to carry out financial planning on the basis of price models as a percentage of sales. In the financial plan, the following issues should be reflected: sales volume and total profit; percentage of income and expenses; total investment; use of own and borrowed funds, their sources and terms of debt repayment;

payback period of investments; terms of commencement of dividend payment; costs of production and circulation. The structure of the financial plan consists of the income plan, the expenditure plan (cash plan) and the balance of the first (monthly), the second (quarterly) and the third (in the whole year). In recent years, the general data on income and expenditure in the relevant plan are given.

In terms of revenues, the decoding of the dynamics of sales volume, the cost of goods taking into account vehicles and total profit is done. Separately decrypt the fixed costs, which include rent, insurance, depreciation, management costs, marketing and sales costs.

The expenditure plan contains data on the dynamics of expenditure and on the recovery of all invested capital. The costs include the purchase of assets, the payment of loans, the purchase of equipment, inventory, as well as losses from economic activities.

Financing strategy. This section outlines a plan for obtaining funds to create or expand an enterprise. It is necessary to answer the following questions:

1. How much money is required to implement this project.

The answer to this question can be obtained from the previous section of the business plan "Financial Plan".

2. Sources of financial resources and the form of their receipt.

Sources can be:

- own funds;
- bank loans;
- attraction of partner funds;
- raising of shareholders' funds and so on.

Control questions:

1. What is business plan?
2. What are the main goals of business plan?
3. What are the basic rules of business plan?
4. Structure of the business plan.
5. What are the main elements of the marketing plan?

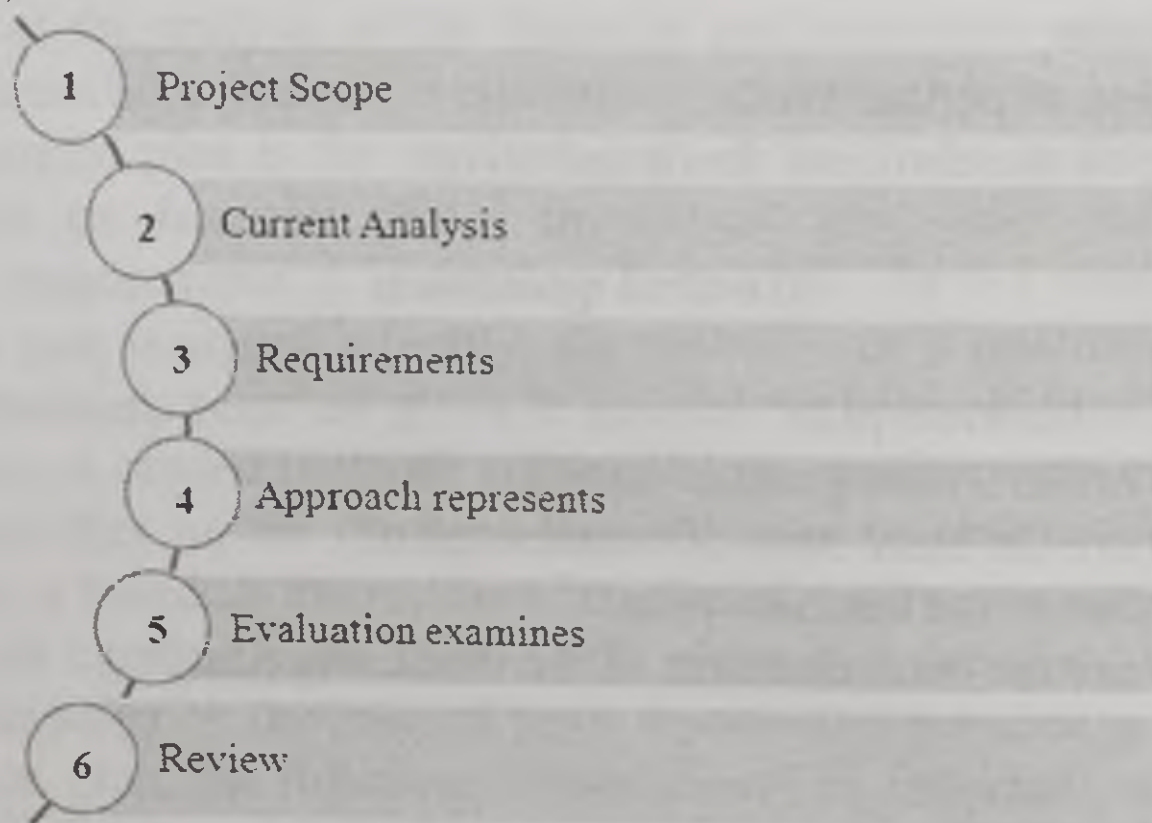
Topic 9. Concept of feasibility study. Business Agreement

A feasibility study is an important tool for decision-making in project management. Accurate and adequate information about the project like technology, location, production capacity, demand, and impact on existing operations, cost and benefits to the company, time span for execution, resources needed should be included in the report. Alternatives if any should also be suggested.

Feasibility Study in Project Management can be defined as: “A tool for transforming the initial project- A tool for transforming the initial project-idea into a idea into a specific hypothesis of intervention, through the identification, the specification and the comparison of two or more alternatives directed to achieve the defined objectives, by producing a set of information helping the Project manager to take the final decision” [15].

In its simplest form, a Feasibility Study represents a definition of a problem or opportunity to be studied, an analysis of the current mode of operation, a definition of requirements, an evaluation of alternatives, and an agreed upon course of action. As such, the activities for preparing a Feasibility Study are generic in nature and can be applied to any type of project, be it for systems and software development, making an acquisition, or any other project.

There are basically **six parts to any effective Feasibility Study** (Picture 23):



Picture 23 – Effective Feasibility Study

1. The Project Scope which is used to define the business problem and/or opportunity to be addressed. The old adage, "The problem well stated is half solved," is very apropos. The scope should be definitive and to the point; rambling narrative serves no purpose and can actually confuse project participants. It is also necessary to define the parts of the business affected either directly or indirectly, including project participants and end-user areas affected by the project. The project sponsor should be identified, particularly if he/she is footing the bill.

There are many projects in the corporate world started without a well defined project scope. Consequently, projects have wandered in and out of their boundaries causing them to produce either far too much or far too little than what is truly needed.

2. The Current Analysis is used to define and understand the current method of implementation, such as a system, a product, etc. From this analysis, it is not uncommon to discover there is actually nothing wrong with the current system or product other than some misunderstandings regarding it or perhaps it needs some simple modifications as opposed to a major overhaul. Also, the strengths and weaknesses of the current approach are identified (pros and cons). In addition, there may very well be elements of the current system or product that may be used in its successor thus saving time and money later on. Without such analysis, this may never be discovered.

Analysts are cautioned to avoid the temptation to stop and correct any problems encountered in the current system at this time. Simply document your findings instead, otherwise you will spend more time unnecessarily in this stage (aka "Analysis Paralysis") [15].

3. Requirements and how requirements are defined depends on the object of the project's attention. For example, how requirements are specified for a product are substantially different than requirements for an edifice, a bridge, or an information system. Each exhibits totally different properties and, as such, are defined differently. How you define requirements for software is also substantially different than how you define them for systems.

4. The Approach represents the recommended solution or course of action to satisfy the requirements. Here, various alternatives are considered along with an explanation as to why the preferred solution was selected. In terms of design related projects, it is here where whole rough designs (e.g., "renderings") are developed in order to determine viability. It is also at this

point where the use of existing structures and commercial alternatives are considered (e.g., "build versus buy" decisions). The overriding considerations though are:

Does the recommended approach satisfy the requirements?

Is it also a practical and viable solution? (Will it "Play in Poughkeepsie?")

A thorough analysis here is needed in order to perform the next step...

5. Evaluation examines the cost effectiveness of the approach selected. This begins with an analysis of the estimated total cost of the project. In addition to the recommended solution, other alternatives are estimated in order to offer an economic comparison. For development projects, an estimate of labour and out-of-pocket expenses is assembled along with a project schedule showing the project path and start-and-end dates.

After the total cost of the project has been calculated, a cost and evaluation summary is prepared which includes such things as a cost/benefit analysis, return on investment, etc.

6. Review that all of the preceding elements are then assembled into a Feasibility Study and a formal review is conducted with all parties involved. The review serves two purposes: to substantiate the thoroughness and accuracy of the Feasibility Study, and to make a project decision; either approve it, reject it, or ask that it be revised before making a final decision. If approved, it is very important that all parties sign the document which expresses their acceptance and commitment to it; it may be a seemingly small gesture, but signatures carry a lot of weight later on as the project progresses. If the Feasibility Study is rejected, the reasons for its rejection should be explained and attached to the document.

Market research or demand analysis, technical viability studies, financial or commercial feasibility studies are other wise known as functional or support studies to aid the decision-making. A **preliminary feasibility study** and the detailed project report later prepared would aid the management to appraise the project in different aspects. Project is appraised generally in the following areas. If one can remember the acronym METRE, then he can remember the various aspects of project appraisal easily. METRE stands for

M – Management

E – Economic viability (this includes market, commercial and financial aspects)

T – Technical feasibility

R – Risk and returns

E – Environment

1. Management Appraisal

A project may be acceptable in terms of the market potential, technical feasibility, financial viability and returns. The risks associated with the project may be acceptable. But if the project does not suit the philosophy of the management, or align with the business goal of the firm a company may not pursue such a project.

The Management appraisal is of two kinds. The first one is the appraisal with regard to the current management, its goals, strategic perspective and synergies of the new project. The second is the project's management set up, organizational structure organizational climate, expected management –labor relations etc. A strategic perspective would mean what the company wants to achieve, when it wants to achieve it and how much it is willing to expend in resources to achieve it. In short, the Synergy, time and cost (STC) would primarily determine whether the project would get a go ahead.

2. Technical Appraisal

Technical appraisal is mainly undertaken to ensure that the project is technically viable no possible gaps or gray areas in technology, know-how, equipment, input supply, organization of production facilities etc. exists. Technical appraisal is key to assess the financial viability of the project. The computation of projects' ability to earn satisfactory return on investment made and ability to service equity and debt depend on the project technical viability. Technical appraisal is basically concerned with aspects like technology, design, layout of the plant, infrastructure facilities envisaged for the project and the possible problems in various areas related to these technical aspects, which can be broadly grouped under the conception, construction and continuation phases.

3. Market Appraisal

A “technically feasible” project to be “financially viable” should realize the projected unit sales and earn sales revenue, ensure smooth cash flow, funds flow and the resultant surplus generation. Therefore, Market Appraisal of the project becomes important. Market appraisal mainly focuses upon the estimates of aggregate demand for the product/service and market share offered by the proposed project. Therefore, the appraisal should be really critical and realistic and should

not project only the optimistic scenario. It is therefore important to appraise and analyze incisively, intelligently and meaningfully various factors affecting the market size, the market share and in the ultimate analysis, the sales volume and the sales revenue generation. The analyst must be clear in his approach to distinguish between the Sales Concept and Marketing concept. He should be aware that under the sales concept, the industrial concern earned profits by increasing the sales volume. Under the marketing concept, an essential ingredient is customer oriented and profit is the result of customer satisfaction. In essence "Selling tries to get the customer to want what you have. Marketing, on the other hand, tries to have what the customer will want – where, when, in what form and at what price" (Levitt) [15].

While assessing the market, it must be remembered that goods/services are being created not because they will be useful, but because somebody needs and wants them. Therefore major attention to even minor details must be given. The design of the product, packaging, channel of distribution, sales network, price, sales force training and management, promotional efforts and advertising, the product in planning and market audit of the competitive environment all become important and hence should be analysed.

No market analysis can be made in the ultimate analysis with out a Demand Forecast for the product/market. Demand analysis, is a technique of collection of data, from primary and secondary sources, and preparation of estimates using certain Demand Forecasting Techniques. Demand analysis throws light on effective demand, Customers choice, the ability and willingness to pay for the product and has a direct corelation with Market Appraisal and the Financial Viability of the project. Any project evaluation would be incomplete if the demand analysis is not correctly made and assessed.

4. Environmental Appraisal

Over the years, due to better understanding of nature and concern and developed nations' attitude there has been an increasing awareness about and a desire to prevent the damage being caused to environment by different projects either underway or likely to be taken up. Environmental / Ecological appraisal, therefore, assumes a great deal of significance. Such an appraisal/analysis becomes particularly important the case of Power Plants, Dams, major irrigation Projects, Chemical & such other environment polluting industries. An environment

appraisal/analysis considers the following questions because answers could have a serious impact with regard to both the time span and costs involved in the project.

- The likely damage caused by the project to the environment.
- Whether the damage is irreversible, permanent.
- Whether the impact can be reduced or mitigated.
- The cost of the restoration measures or mitigation.
- What are the acceptable limits the environment can sustain.

This philosophy of this aspect is explained by the statement, “You have not inherited the earth. You have borrowed it from the next generation”.

5. Financial Appraisal

A project should be technically feasible and financially viable also before investment is made. Financial Appraisal focus on the aspect of assessing the financial viability From the financial perspective, the following aspects are analyzed:

1. Capital cost of the project.
2. Sources of funds (Meaning of financing and long term funds).
3. Production, Sales Projections/Estimates.
4. Production costs.
5. Working capital requirements and sources of working capital.

Business Agreement

Business agreement is the mutual understanding or assent of two or more than two legally competent parties. It is done or agreed upon on the relative duties and rights regarding current or future performance. An agreement typic ally documents the give-and-take of anegotiated settle-mentand a contract specifies the minimum acceptable standard of performance.

Types of Business Agreement

There are various types of business agreements depending upon the nature, type and operations/activities of the business. These types can be categorized into following categories based on the above stated criteria:

1. General Business Agreements.
2. Business Employment Agreements.

3. Leases.

4. Sales Agreements.

The General Business agreements contain Franchise Agreement, agreement with different agencies for advertising, insurance agreements, agreement on not taking legal actions, Settlement Agreement, Stock Purchase Agreement, business partnership agreement, privatization agreement etc.

The different types of Business Employment Agreement are Employment Agreement, Consultancy agreement, Sales Representative Agreement, Employment Separation Agreement, Reciprocal Nondisclosure Agreement etc.

Leases are of different kinds like Real Property Lease, Equipment Lease etc, and same is the case with Sales agreements, it also have different types of contracts and agreements like Bill of Sale, Agreement for the Sale of Goods, Purchase Order, Warranty, Limited Warranty, Security Agreement etc.

Key Elements of Contract

Elements of contract depend on the type and nature of contract, but some elements remain constant in most of contracts. Following are the most common elements of contract [16]:

✓ An Offer can be defined as “willingness to enter into a bargain so made as to justify another person in understanding that his assent to the bargain is invited and will conclude it.

✓ Acceptance of the terms of offer: Acceptance of an offer can occur in several ways: Acceptance of an offer is a manifestation of assent to the terms thereof made by the offered in a manner invited or required by the offer. An acceptance must not change the terms of an offer. If it does, the offer is rejected. A material change in a proposed contract constitutes a counteroffer, which must be accepted by the other party.

✓ Objectives Purpose: The objective of the contract must be for a legal purpose. For example, a contract for illegal distribution of drugs is not a binding contract because the purpose for which it exists is not legal.

✓ Mutual Obligation is also known as meeting of minds; mutuality obligation is the agreement of the two parties on a common understating on terms of the contract. Any contract or mutual understanding between parties that differs materially from the original offer is open to legal

challenge. Should any component of a negotiation tend toward a final result where a contract or agreement differs materially from the offer, that component of the negotiation should cease. If the component in question is critical to the provision of a service or goods, the issuance of another offer that incorporates that component should be considered.

✓ **Considerations** Consideration consists of either a benefit to the persons making promise or a detriment to the promisee. It is a present exchange bargained for in return for a promise. It may consist of some right, interest, profit, or benefit that accrues to one party, or alternatively, of some forbearance, loss or responsibility that is undertaken or incurred by the other party. It is not necessary for a contract to be supported by a monetary consideration.

✓ **Competent Parties:** Parties to a contract must be competent and authorized to enter into a contract.

Control questions:

1. What are the main parts of effective Feasibility Study?
2. What is METRE?
3. What is business agreement?
4. What types of business agreement do you know?
5. What are the main key of elements of contract?

Topic 10. The tax system in the infrastructure business

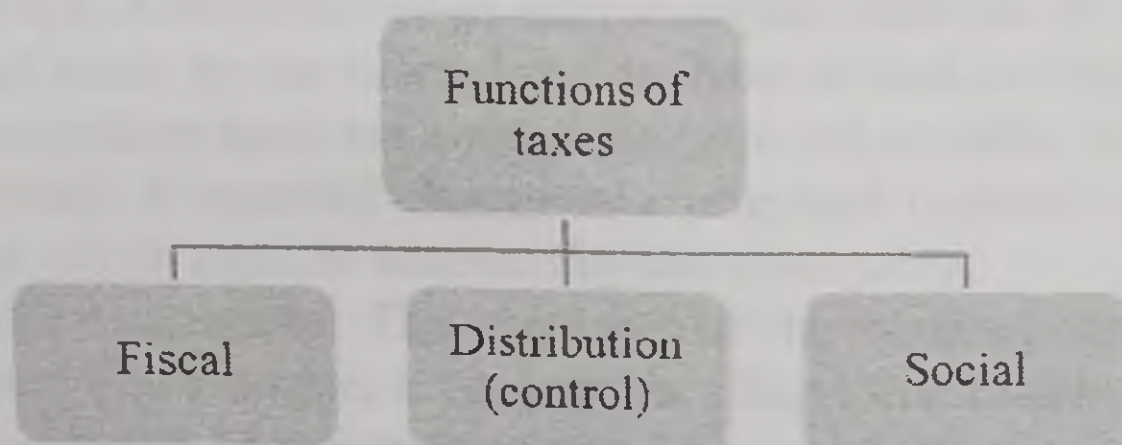
The tax system is called the totality of taxes, fees and other charges charged by the legal entities and individuals. The Tax code defines a tax as a mandatory, individually gratuitous payment levied from the organisations and physical persons in the form of alienation belonging to them by right of ownership, economic management or operational management of funds for the purpose of financial support of the state and (or) municipalities. The collection is considered to be a compulsory contribution collected from organizations and physical persons which payment is one of conditions of the Commission in the interests of the payers of significant actions by state authorities.

In each country the tax system carries a huge number of national characteristics that do not change the General essence of taxation as the withdrawal of the state in its use of the gross domestic product through the collection of mandatory contributions to the budgets of different levels. The contributions made by the main participants of gross domestic product:

- workers, who by their labor, material and intangible benefits and receiving income;
- business entities, the owners of capital.

Consequently, the economic content of taxation is reduced to the relations of economic entities and citizens, on the one hand, and States, on the other, about the formation of state Finance.

Functions of taxes are located on the picture 24.



Picture 24 – Functions of taxes

1. **Fiscal** – it is the main from the point of view of the public importance and consists in the formation of financial resources of the state,

which subsequently is spent for social sphere and economy (capital investments in infrastructure, subsidies to enterprises and agriculture), the maintenance of the armed forces, foreign policy, national security; the maintenance of the state apparatus, the payment of state duty;

2. **Distribution (control)** is realized through a system of benefits and is manifested in the change of the object of taxation, reduction of taxable base, increase or decrease in the tax rate;

3. **Social** – it is the alignment of income of different population groups with uneven taxation of different amounts of income.

The basic principles of taxation. The tax system in developed countries was affected by different economic, political and social conditions. Of course, they are not perfect. However, lawmakers in different countries are still trying to work out the best system of taxation. According to the General belief, it can be considered a system which is based on the following basic principles:

- the simplicity of the algorithm is the calculation of individual taxes;
- absence of duplication;
- simplicity and efficiency of tax collection;
- stability;
- legislative regulation;
- the proportion of tax revenues to the benefit which in return can provide state;
- acceptable the size of the overall tax burden;
- fairness across (the persons with equal income should pay equal taxes) and vertical (those who have different income have to pay different taxes).

In addition, the tax system should take into account socio-economic needs of the country, to meet the economic strategy and tactics of the state.

Taxes as a tool of economic regulation.

As part of the financial relations connected with formation of monetary income of the state (budget and extrabudgetary funds), which are needed to meet social, economic, military, law enforcement and other functions, taxes are an objective necessity, because due to the needs of society. Taxes directly affect all the parties involved: the consumer, the manufacturer, the state budget.

The introduction of the consumption tax leads to higher prices and reduces the demand for taxable goods. Reducing them allows consumers (individuals) to consume more goods or increase savings. The impact of

taxes on the company is manifested through a change of product, volume of production, wages, resources allocated to development. If the company is experiencing a downturn, the tax cuts allows to reduce the price of the produced goods or to raise wages.

The state budget by reducing tax contributions is reduced, and, consequently, decreases the support of the public sector enterprises, and public investment. Control through taxes is one of the most difficult aspects of economic policy.

For example, federal States (USA, Canada, Germany, Russia), having budget system, fiscal policy is carried out at three levels:

- federal;
- regional (state, Department, province);
- local (municipality, County, community).

Government taxes and fees to be transferred to the budget, shall be established, modified, or revoked by the Tax code. They include: value added tax (VAT), excises to separate kinds of goods, profit tax (revenue) organizations, a tax on income from capital, tax on income of physical persons, contributions to state social non-budgetary funds, state duty, customs duty and customs fees, tax on subsoil use tax on reproduction of mineral-raw material base, a tax on additional income from hydrocarbons production fee for the right of use of objects of fauna and water biological resources forest tax, water tax, ecological tax, state license fees.

Regional taxes and fees are set or canceled by the laws of the state. These include: the tax on property of organizations tax on real estate, road tax, vehicle tax, sales tax, gambling tax, regional license fees.

The introduction of property tax is terminated in the territory of taxes on property of organizations, property of physical persons and the ground.

Local taxes are established, amended, or revoked by the regulatory legal acts of local self-government in accordance with the Tax code and obligatory for payment on the entire territory of the municipality. This group of taxes include: land tax, tax on property of physical persons, tax on advertising, tax on inheritance and gift taxes, local license fees.

On the basis of the object of taxation, taxes can be divided into those that are paid:

- from the profit (income) – tax on profit, tax on dividends, tax on income from equity participation in other enterprises;
- revenue from sales of products (works, services) – VAT, excises, the tax to users of highways, tax on maintenance of housing Fund and social sphere

- the cost of the property – tax on property of enterprises, tax on vehicle owners, tax on purchasing vehicles;
- from payments for natural resources land tax and land rent, water charges, forest income;
- payroll – unified social tax contributions to the Pension Fund;
- amounts of expenses incurred, the tax on advertising;
- income from a certain type of financial transactions – tax on transactions with securities;
- with the cost of claims and transactions of property character – state fee.

Elements of the tax system.

The elements of the tax system are the subjects and objects of taxation, taxable base, tax rates and benefits.

The subjects of tax legal relations are:

- organizations and individuals are obliged to pay taxes and fees;
- tax agents;
- The state tax service;
- State customs Committee;
- public authorities;
- The Ministry of Finance.

The objects of taxation may be property, profit, income, cost of goods sold (work performed, services rendered) or other economic basis, having cost, quantitative or physical characteristics with which availability at the taxpayer of the legislation on taxes and tax collections connects the obligation to pay the tax.

The taxable base represents cost, physical or other characteristic of the object of taxation. The tax rate is the amount of tax levied per unit of the tax base. It depends on the nature of the subject of taxation, and may be solid, due to both an absolute amount from the tax object, or a percentage, calculated as the share of its value. In turn, interest rates are proportional and progressive. Proportional betting is built on the principle of a uniform percentage levied on the subject of taxation (an example is the rate of tax on property of enterprises), and progressive – on the principle of growth of the percentage increase in the value of the object of taxation.

Tax benefits are provided to certain categories of taxpayers advantages, including the possibility not to pay tax (in exceptional cases may be individual). Benefits are established in the form of:

- non-taxable minimum of tax object;

- exemption from taxation of certain elements of the tax object;
- exemption from taxes of certain persons or categories of payers;
- reduction in tax rates and other things.

The rights and obligations of taxpayers.

Payers of taxes and fees are organizations and individuals that have a duty to pay accordingly taxes and fees.

Taxpayers and payers of fees are entitled to:

- to demand full compensation of losses caused by unlawful decisions of tax authorities or unlawful actions (inaction) of their officials;
- to receive from tax bodies written explanations on issues of application of legislation on taxes and fees;
- to the tax authorities at the place of registration information about the taxes, the legislation on taxes and fees and other acts, on the rights and duties of taxpayers, the powers of tax authorities and their officials;
- to represent their interests in the tax authorities personally or through a representative.

They have the following responsibilities:

- to pay the legally established taxes;
- to register with the tax authorities, if such obligation is stipulated by the Tax code;
- keep in the prescribed manner records of income (expenses) and objects of taxation;
- to submit tax declarations;
- to present to tax authorities the documents necessary for calculation and payment of taxes;
- within three years, to ensure the safety of accounting data and other documents necessary for taxes.

The rights and obligations of the tax authorities. Tax agents are persons who are responsible for calculation, deduction from taxpayers and remittance of taxes to the budgets. Tax collectors are considered state agencies, local governments, other authorised bodies and officials in charge of receiving taxpayers money in payment of taxes.

The tax authorities are the State tax service and its territorial subdivisions.

The tax authorities have the right to:

- to demand from taxpayers and other obligated persons the documents confirming correctness of calculation and timeliness of payment of taxes;

– inspect (inspect) any used by the taxpayer to derive income or connected with the maintenance of objects of taxation of the premises and grounds, inventory of the property;

– in case of failure of the taxpayer to allow officials of the tax authority for inspection of the premises, or failure is necessary for calculation of taxes documents to determine the amount of taxes to be entered in the budget, calculated on the basis of payment of other similar taxpayers;

– to collect the tax penalty in the manner prescribed by the Tax code.

The duties of tax bodies include:

– free to inform taxpayers about the taxes;

– provide tax reporting forms and explain the procedure of filling;

– to provide explanations to the taxpayers on the order of calculation and payment of taxes.

Tax authorities, customs authorities and tax police are responsible for losses caused to taxpayers as a result of unlawful actions (decisions) or inaction, as well as unlawful actions (decisions) or inaction of its officers and other employees of those bodies in the performance of their official or employment duties.

The tax code outlines certain rules and inspections. Tax audits are divided into office, which are held in respect of all taxpayers and away, performed only for organizations and entrepreneurs – physical entities. audits may cover no more than three calendar years of the taxpayer prior to the year of test and suggest:

– participation of witnesses;

– access of officials of tax authorities to the territory or premises;

– inspection of premises when conducting a field tax audit;

– discovery of documents;

– withdrawal of documents and objects in the conduct of field tax audits);

– examination (during field tax audits);

– involvement of experts;

– the participation of an interpreter;

– the presence of witnesses;

– preparation of protocols.

Desk audits are conducted at the location of the tax authority on the basis of tax declarations and documents providing basis for calculation and (or) payment of tax. If the audit revealed errors in filling of documents or contradictions between the information that is in the submitted documents,

this is reported to the taxpayer demand to make appropriate corrections within the established period and to pay the amounts identified in the Desk audit.

The Desk audit is used without any special permission of the head of the tax authority within two months from the date of submission by the taxpayer of the tax Declaration and other documents.

Site inspection carried out on the basis of the decision of the head of tax authority (his Deputy) no more than once per year and should last no longer than two months (in exceptional cases up to three months by decision of the higher tax authority). Regardless of the time of the previous inspection arrange inspection:

- related to the liquidation or reorganization of the taxpayer;
- initiated a higher tax authority in the control procedure. The results of a field test are presented in the statement of the established

The state tax service form. The act is signed by officials of tax authorities and the head of the organization that verified. In case of refusal to sign the act about it, make the appropriate entry. If a tax audit is not compiled, I believe that the inspection took place and violations are not detected.

The taxpayer has the right within two weeks to provide clarification of motives of refusal to sign the act or objections under the act.

With the expiration of this period, within two weeks of the tax audit, which recorded a tax offence and other documents considered by the head of tax authority (his Deputy).

If the taxpayer presents explanations or objections, the audit materials are considered in the presence of officials of the taxpayer or individual entrepreneur or their representatives.

The main types of tax offenses are:

- evasion from registration in the tax bodies as a taxpayer;
- concealment (understating) of profit (income) and other objects of taxation;
- accounting of object of taxation gross violation of the established order;
- the failure of officials of financial institutions obligations under tax law.

For the purpose of concealment or understating of profit (income) and other objects of taxation to engage in the following techniques:

- by mutual agreement, the leaders of companies present their accounts

to conduct monetary operations that are hidden from accounting in the enterprise;

- the company opens a few in different banks current accounts and conducts them through the settlement and cash operations not reflecting in accounting (maintain double-entry bookkeeping);

- company register in one district (the city), and the account open in another city, evading the payment of taxes as at the place of registration and place of business;

- inflate the cost of products (works, services) at the expense of the expenses not subject to deduction for costs, such as advertising costs, travel (in excess of established standards), the acquisition of fixed assets and reconstruction of production, etc.;

- by agreement of the parties in the official payment documents understate the value of work performed, the calculations in cash;

- underestimates subject to VAT;

- distort accounting data in determining the cost of labor.

Control questions:

1. What is tax system?
2. What functions of taxes do you know?
3. What are the basic principles of tax?
4. What elements of the tax system do you know?
5. What are the main types of tax offenses?

Topic 11. Entrepreneurial risk. Culture of entrepreneurship

For the sociologist Niklas Luhmann the term 'risk' is a neologism that appeared with the transition from traditional to modern society. "In the Middle Ages the term residuum was used in highly specific contexts, above all sea trade and its ensuing legal problems of loss and damage". In the vernacular languages of the 16th century the words *rischio* and *riezgo* were used.

This was introduced to continental Europe, through interaction with Middle Eastern and North African Arab traders. In the English language the term risk appeared only in the 17th century, and "seems to be imported from continental Europe." When the terminology of risk took ground, it replaced the older notion that thought "in terms of good and bad fortune." Niklas Luhmann (1996) seeks to explain this transition: "Perhaps, this was simply a loss of plausibility of the old rhetoric's of Fortuna as an allegorical picture of religious content and of prudential as a (noble) virtue in the emerging commercial society." Risk-taking refers to the tendency to engage in behaviors that have the potential to be harmful or dangerous, yet at the same time provide the opportunity for some kind of outcome that can be perceived as positive [17].

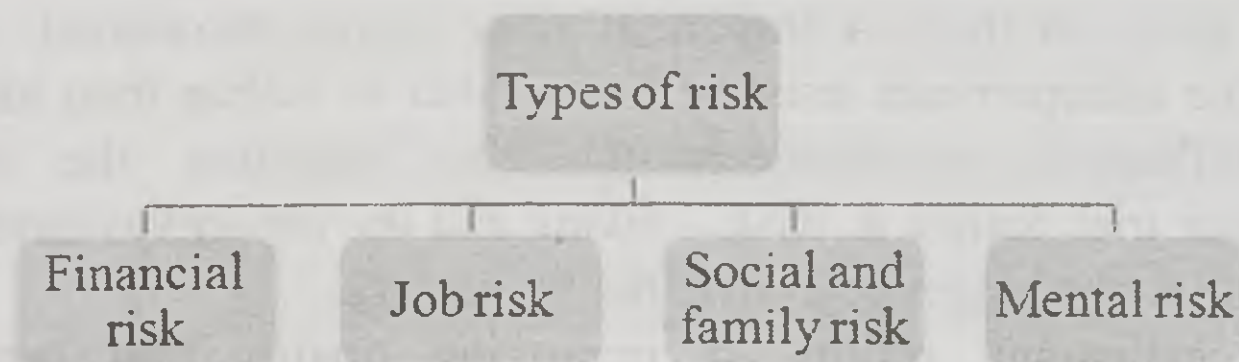
Driving fast or engaging in substance use would be examples of risk-taking behavior. They may bring about positive feelings in-the-moment. However, they can also put you at risk for serious harm, such as an accident.

Entrepreneurship is a process in which the entrepreneur establishes new jobs and firms, new Creative and growing organizations associated with risk – taking by new and creative ideas and entrepreneurship identification of the new opportunities and resources mobilization. It results in introducing a new product or service to society. In Britain encyclopedia entrepreneur means "a person who organizes and manages a job or economic association and receives its risks". The origin of word entrepreneurship is French. This word is equivalent of French *Entreprendre* and English *undertake* that was translated to Entrepreneurship in English by John Stewart Mill. In general, entrepreneurs accept four types of risk as follows (picture 25):

1. Financial risk.

Most of entrepreneurs finance by savings and personal effects and if they fail, they will loss it. They take risks of failure. Since they don't want

and can't risk their own saving, house, effects and rights, are not success in their job and its risk – taking.



Picture 25 – Types of risk

2. Job risk.

There is always this question "can an entrepreneur fines a new job or return to his /her previous job if he /she fail in his /her economic activity?" This is the biggest concern of managers who want to have a secure organizational job with ideal emoluments. In general, the entrepreneurs wouldn't consider every kind of risk, but they consider rational and certain risks. It means the entrepreneurs, not only follow the ideas as working situations, but also consider the current risks of these ideas.

3. Social and family risk.

The beginning of entrepreneurial job needs a high energy and is time – consuming. Because of these undertakings, he may confront some social and family damages like deficiencies and the problems resulted of her or his absence in the home and its effects on his / her family.

4. Mental risk.

Perhaps the biggest risk that an entrepreneur takes it is the risk of mental health. The risk of money, home, spouse, child, and friends could be adjusted but mental tensions, stress, anxiety and the other mental factors have many destructive influences because of the beginning and continuing of entrepreneurial activity. Therefore entrepreneurship requires risk and the organization +s resources or entrepreneur continually confront the failure risk.

This time – means the time which is the introduction of the later successes – is a part of entrepreneurship. Profitability, as one of the signs

in entrepreneurial individuals and organizations, is achieved by high return. In the emulative world, the high return requires high risk. And entrepreneurial risk – taking is the risks of the possible failures that power the persons to do risky activities or high return.

Now, given to these 4 important risks above mentioned, we must consider the entrepreneurs must be risk – taker to realize their ideas. Risk greatly influences entrepreneurship. After selecting the objective, entrepreneur tries realize it. Risk – taking and the objectives have a direct relationship as the bigger objective, the bigger risk .

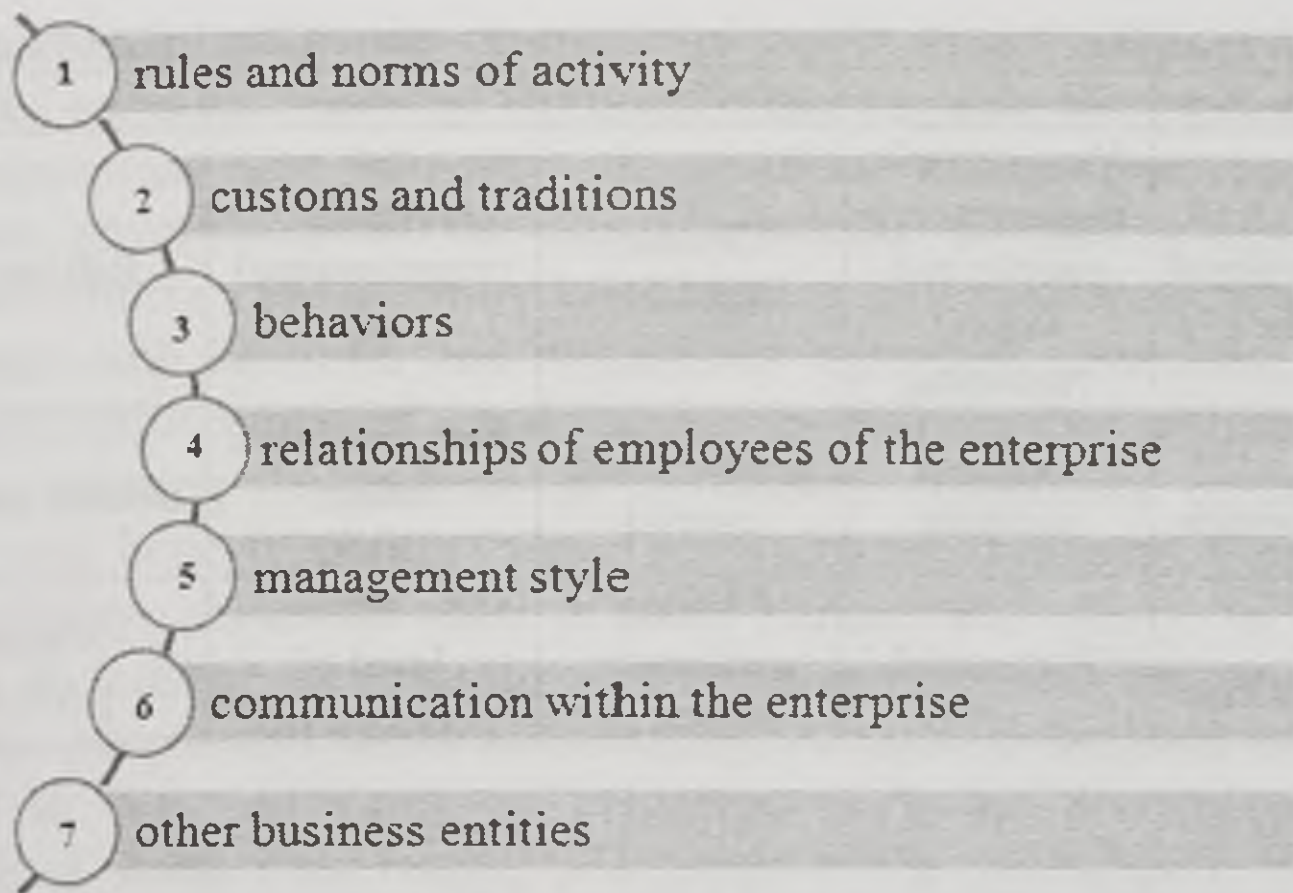
Also challenging results in improving quality and services of entrepreneurs. As a result it should be said when an entrepreneur consider the risks of a work, he /she considerers the chance of success or failure in order to continue it or not. When he/ she continue it regardless to the possibility of failure has taken risk [17].

Culture and ethics of business activities

In its activities, the entrepreneur must be guided by established in all civilized countries norms of behavior. The business culture - a set of progressive humanistic material and spiritual achievements in the management of production processes and economic relations between people. The economic activity of the entrepreneur, the firm should be implemented in accordance with the ethical and spiritual criteria of conduct cultural environment. Ethical norms should always take precedence over economic interests.

The culture of entrepreneurship includes the following components: the rules and norms of activity, customs and traditions, behaviors, relationships of employees of the enterprise, management style, communication within the enterprise and with other business entities (Picture 26).

The culture of the business organization not only provides the high prestige of the enterprise, but also contributes to improving production efficiency, improving the quality of goods and services, increasing incomes. Depending on industry, region, history, people, every company has its own culture (table 6).



Picture 26 – Components of the culture of entrepreneurship

Table 6 – Example evaluation of a person's ability to entrepreneurship

Quality	Scale of evaluation			
	4	3	2	1
1	2	3	4	5
1. Initiative	Seeks additional tasks, is very sincere	Resourceful in performing tasks	Performs required amount of work without instructions manual	Passive, waiting for instructions
2. Relation to other	Positive, friendly attitude to people	Pleasant to use	Sometimes it is difficult to work	Miscommunication
3. Leadership	Strong, evokes confidence and trust	Skillfully giving effective orders	Leading	Submissive
4. Responsibility	Takes responsibility	Agrees with the instructions	Reluctantly agrees with the instructions	Shy away from any orders

Continue of the table 6

1	2	3	4	5
5. Organizational skills	Very capable in convincing people and logical reasoning	Capable organizer	Average organizational skills	Bad organizer
6. Determination	Fast and accurate	Reliable and careful	Fast, but often makes mistakes	Doubts and ranges
7. Perseverance	Purposeful	Making continuous efforts in	The average level of perseverance	Almost no persistence

Features of the organizational culture of the entrepreneur, in addition to the ability to make effective decisions is the appearance, speech, literacy, communication skills, friendly attitude to every employee, good mood and satisfaction of workers working conditions and a positive image in the business environment.

Elements of an entrepreneurial culture shaped under the impact of experiences of activities of this company, and as a result of installations of its leaders. It develops over years and is constantly being improved. Changes in the culture of entrepreneurship happen under the new views about values. Studies show that the importance of such values as self-determination, responsiveness, creativity, personal discovery, and the ability to compromise, predictable behavior, reliability, stability, professional capability, is increasing. Required elements of an entrepreneurial culture:

- legality, compliance with existing legal acts, standards, rules and norms;
- performance of obligations and duties stemming from the contractual relationship, the traditions of business communication;
- honesty in relation to business entities, consumers, partners, the state.

Prosperous firms have a high culture and a particular style of behavior. It is known that abroad very often large transactions are conducted by phone.

Business ethics is a system of shared ethical norms and rules of behaviour of subjects of entrepreneurial activity, their communication and interaction. It manifests itself both at the micro level is the moral relations

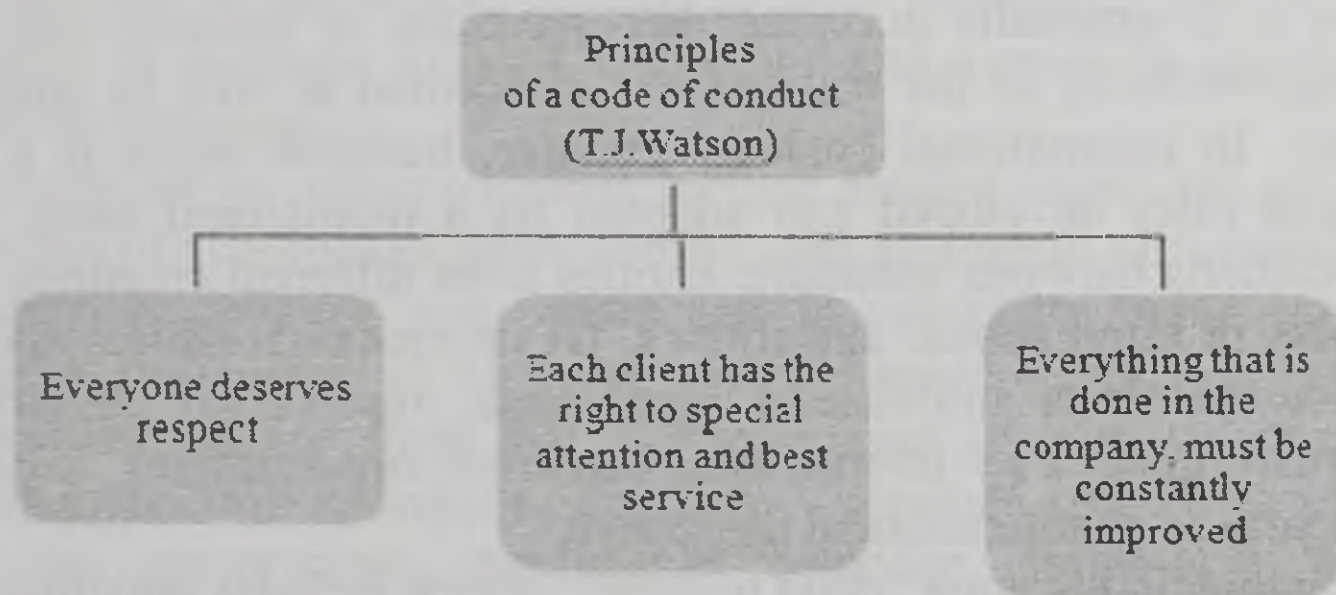
in organizations and at the macro level is the moral relations between subjects of economic activity. Business ethics regulate the relationship of the entrepreneur, the Manager, its partners, competitors, customers, employees, government and the like. In particular, the coating losses to the partner user in the case of injury to prevent violations of free competition; compliance with the rules and regulations regarding advertising, use of trademarks, enforcement of standards and requirements for certification of products, ensuring the interests of consumers, compliance partnerships, built on trust, honesty, ability to keep his word; the exclusion of deception, irresponsibility, abuse the trust of your partner and others, as well as ensuring an ethical relationship of the entrepreneur to his employees, respect for people and sense of humanity. A separate business ethics are included in the conditions of contracts, such as: the conscientious fulfilment of obligations, respect of interests of the counterparty, the terms of the contract etc.

All over the world are paying attention to ethical issues. In developed countries it is generally accepted that questions of business ethics and social responsibility of the entrepreneur concerned as well as production efficiency. In international business practice, business ethics is a set of norms and rules developed and adopted on a multilateral basis, which define relations between economic entities from different countries acting as partners in international agreements. Of international ethical and legal norms should reach multilateral agreements, resolutions, declarations, documents produced by international economic organizations, joined the country party to an international agreement.

Jim Collins in his book "good to great", which includes rankings of the best business books, wrote: "combining the culture of discipline with an ethic of entrepreneurship you get the magic outstanding results" [17]. Among those involved in business, there are many who is in contradiction with the laws and ethical requirements. One reason is a crisis of confidence as a moral and psychological basis of business relationships. In our society, entrepreneurship is associated with hard behaviour towards partners, to achieve the goals by any means. But the business can be successful only when its agents are guided by universal moral values. Otherwise, sooner or later, the partners leave, clients will lose confidence. Developed countries are very concerned about maintaining a positive image of their companies. The best organizations lay out their ethical norms and rules in the form of codes. The code of ethics in business is a

code of moral principles, moral norms and rules of behavior of one person or group of persons, determines the evaluation of their actions from the point of view of relations with other business entities, relationships in the group and in society based on respect for moral norms and principles that are shared by them. I believe that the pioneers of corporate codes was the Japanese company, which has proven to regulate the behavior of employees to the absolute. Then the codes became widely implemented in the United States of America, in addition to these General provisions on ethics and business was included ethical standards, which deals with the behavior of its employees. These provisions prohibits bribery, fraud, gifts, payments of illegally obtained money, fuelling conflict, disclosure of company secrets, the use of information obtained on the unsuspecting circumstances, the wrongful conduct in the interests of the company.

The founder of the famous American company IBM, T.J.Watson has developed a code of conduct, whose principles are very simple (Picture 27) [17].



Picture 27 – Principles a Code of conduct

Established ethical principles followed, and now all employees of the company – administrators of the highest rank to the worker. Apparently so over the years, IBM nobody got fired because of cuts programs, staff, product range or budget. The principles of corporate culture "IBM" attract the right people no less than the financial terms and conditions of employment.

The code of ethics can have any organization like a large Corporation and a small structure. Each company develops a code and gives it its name, for example: "Code of ethics" "Proctor & gamble" (Procter and Gambl), "Code of business ethics" Unilever (Unilever), "a Set of rules of business

ethics" (Gulf), "a Set of General business principles of the company "Royal Dutch shell" (Royal Dutch Shell), "Code of business conduct Coca-Cola (Coca Cola). According to the magazine Fortune in SPA 450 of the top 500 U.S. companies and nearly 50 % of all others have codes of ethics. Corporate codes in the organizations perform the following functions:

- management – regulating behavior of the staff, the priorities in collaboration with clients, shareholders, partners, competitors, external environment; define the order of decision-making and unacceptable forms of behaviour;

- development of corporate culture in the organization – broadcast corporate values to guide the employees to single corporate goals, improve corporate identity of employees;

- reputation – shaping the credibility of the organization with the external environment, increase its investment attractiveness.

Typically, corporate codes have two parts: the ideological and normative. In the ideological part is laid in the philosophy of the organization (formulated mission, goals and values). It includes ethical principles, which underlie the thinking and activities of management. The formation of these key principles is the main goal to create a certain image of the organization, to outline what will contribute to its reputation. The normative part (here set out the standards of behaviour of different groups of workers, are governed by rules of their communication and interaction) includes provisions reflecting the principles and rules of conduct in a particular organization, the responsibility of the administration in respect of the employees governing the relationship with the environment – customers, shareholders, partners, competitors.

If the organization has secured its philosophy in the form of code to convert the declared principles into practice requires that: the leadership of the organization, its managers daily performed, showing a personal example; the introduction of the principles was closely linked with the system of material and moral incentives for employees; motivating employees, the philosophy was communicated to consumers.

Professional codes out of professional ethics and govern the relationships in the professional community and effective for the "liberal professions".

Professional ethics is a clearly defined set of moral norms guiding behavior in a particular professional activity. Codes of ethics are

developing Union of entrepreneurs, Association of bankers, Association of advertising agencies and the like.

With the spread of international economic relations, problems of ethical regulation of business has acquired an international character. In this regard, the efforts of the UN, the Organization for economic cooperation and development, the International chamber of Commerce has adopted the international set of rules governing the conduct of entities engaged in international business. Significant work in this direction is the Council of Europe. The international chamber of Commerce produced two summary documents for entrepreneurs on common norms of behavior of investors in a foreign country and the fight against corruption. Special importance this issue has assumed in connection with the expansion of the activities of transnational companies (TNCs), which through its organizational structure may not be subject to regulation and pry the law of one state.

Thus, business ethics are based on common ethical norms and rules of behavior that prevailed in the country, the world, and also on professional ethics, which is manifested in a particular field of activity.

A business person should master the etiquette which is an integral part of business ethics. Etiquette entrepreneur includes the following components:

- 1) the ethics of communication;
 - norms and rules for proper conduct in relations with colleagues and subordinates, other businesses, consumers;
 - the rules of mutual greetings, views, Dating;
 - rules for the organization of business meetings and business negotiations;
 - culture of official correspondence;
 - knowledge of international Protocol and national characteristics during the business contacts.
- 2) requirements for appearance, style, clothing, offices, working place;
- 3) requirements of speech;
- 4) ethics of advertising;
- 5) create a positive image.

In the process of business activity there are the following types of relationships between supervisors and subordinates; between employees; relationship with competitors; relationships with customers, suppliers, intermediaries). Ethical issues of entrepreneurs constantly arise and are resolved, primarily with customers and partners. The main thing in

relations of obligation and precision. Relations with competitors can be divided into soft and hard. It is advisable first to use a soft methods (distribution market, consolidation, redemption, increased advertising). If a competitor is very aggressive, the entrepreneur accesses the hard methods of interception of experts, technology suppliers, intermediaries, customers of a competitor; vowel examination of goods). Ethical attitudes of entrepreneurs as owners of business also relate to employees. Important in the development of a civilized relationship businesses have with society. All of these relationships significantly affect the level of entrepreneurial success.

Forms of communication is a business conversation (personal service), General Assembly meetings (information, discussion), negotiations, telephone conversation, correspondence. There is a certain conduct of the meeting, telephone conversation, correspondence, negotiations, receptions, conflict resolution.

The essential qualities of person – culture of speech, listening skills (with empathy, using non-linguistic means – gaze, facial expressions, tilt of the head), to Express their opinion. Any firm appreciates such partners and employees who not only have professional experience but are quite sociable, well-mannered, friendly, considerate, know how to manage their emotions. This image of an entrepreneur largely contributes to the success of his business.

Business culture and ethics, which are formed in the organization largely depend on the mentality of the people.

In order to have business contact with foreigners was successful, you should plan and implement every phase, on the understanding of the specific characteristics of each crop. Any business contacts with foreign partners consist of the following phases: preparation of the contact; program contact; the implementation of contact; decision making, debriefing contact. Representatives of different countries will behave in the different phases of establishing contact in accordance with the characteristics of their business cultures.

So, in the first phase – preparation of contact representatives monoactive culture, Germans, Swiss, British, Americans, Swedes) to use the most reliable sources of information, to avoid wrong interpretation of the facts. Representatives practive culture (Italians, Spaniards, Portuguese, Brazilians, French, Arabs) will focus on obtaining preliminary information during personal meetings and conversations. The representatives of

reactive cultures (Japanese, Chinese, Turks, Finns) pre-study databases and printed materials, and listen carefully to partners.

The second phase – programming of Kontakt – the representatives monoactive culture will focus only on this matter and to perform all actions in a clearly scheduled; practive culture is the neglect of pre-designed plans and instructions, including the agreed deadlines, to multi-task; a reactive culture to a planning consideration of the proposals in several circular stages, accumulating information and experience from stage to stage.

The third phase – implementation contact representatives monoactive culture will adhere to the plan (graphics, diagrams) action according to the instruction and to demand it from others. The main method of communication for them – the dialogue. At the talks, they behave calmly, do not abuse non-verbal means are active and patient listeners. Comfortable space for their communication needs to be at least 1.2 m. Representatives of field-active cultures try to establish interpersonal relations, to implement informal communication. The main method of communication for them – the dialogue, but it will behave emotionally, wordy, will use a lot of gestures and facial expressions. A comfortable space for communication – 0.5 m. the Representatives of reactive cultures will behave politely and with respect for others, given the status of the negotiators will be attentive listeners. The primary method of communication is monologue – pause – reflection – monologue. They don't make many gestures, violent emotions, avoid direct views. A comfortable space for communication – 1.2 m.

In the fourth phase - the decision, summarizing the representatives of monoactive culture the decision is made by the head, which rests on the collective work of subordinates; representatives of the poly-active culture important status, age, reputation, and often the material condition of the parties to the communication and decision-making are considered as prospects for the development of the company and the benefits for the ruling families. The representatives of reactive cultures use a paternalistic decision-making method, priority for them are long-term goals.

Thus, the entrepreneur in order to succeed when communicating with foreigners these and other barriers to understanding, it is necessary:

– first of all, to respect the history, traditions and culture of the people to understand how certain national psychological and cultural

characteristics impact on the management of a particular country, a particular organization, take this into account in their activities;

- secondly, to develop a permanent interest in the study of the culture of the people, whose representatives will have to deal with.

Entrepreneurs would believe that the study of various business cultures is not just good business practice, and one of the key aspects of competitiveness in the future. They emphasize that respect for cultural differences between people is one of the most important qualities of a successful entrepreneur.

Great importance to intergovernmental organizations, business associations from different countries attached to the issues of the ethical regulation of promotional activities, establishment of standards and ethical norms, which should be the basis of national law relating to advertising. The international chamber of Commerce developed the international code of advertising activity, which guides entrepreneurs in 17 countries. The code establishes standards of ethical conduct to be followed by all parties associated with the advertising activities of advertisers, advertising agents, media and other distributors. It contains ethical norms and standards of promotional activities, the main ones are as follows: advertising must be legal, decent, honest and truthful; it must conform to the principles of fair competition generally accepted in business; it should not abuse the trust of the public and of the consumer and should not introduce consumer confusion.

Smartly advertising is primarily a means of communication between producers and consumers, partners in the business. Empirically grounded and formulated certain rules of advertising and its ethical standards. The principles of fair competition are that any advertising appeal may not:

- contain statements or images that are contrary to accepted in a particular society, the rules of morality;

- abuse the trust of consumers and use their inexperience or ignorance;

- to mislead consumers about the properties and manufacturing technology of product, date and country of production, the prices and terms of purchase, after-sales service and quality assurance, etc.;

- damage to the companies-competitors and their business activities, directly or indirectly, discrediting them;

- use statements or images of individuals without their prior consent; to borrow a song, text, image, music and sound effects of other advertising appeals, without the consent of the appropriate company.

To create a positive image quite widely used so-called PR - services public relations, which is to create a positive public opinion in relation to a particular subject. The main purpose of public relations in business is the formation of the image of the firms (enterprises) and individual entrepreneurs as a reliable partner supplier of high-quality and the right products in the domestic and global markets.

Forms of public relations (publications, performances on radio and TV, exhibitions, presentations) depend largely on the nature of the goods (products, services). Machines, equipment, devices require very different forms of promotion than, for example, products of light and food industry. For some types of goods need information about technical parameters, otherwise, just put the bottle advertising beverage on the table a popular personality during a TV interview. From workers PR-services requires not only knowledge of specific professional rules for the implementation of this specific activity, but also good organizational skills and ethical behaviour. It should be noted that campaigns of public relations are much cheaper and are more effective than simple advertising. The most common methods of cooperation with media for public relations are considered as preparation of press releases (eng. press-release – release for press, informational), and press conferences.

Only the business culture helps to sustain the interest of partners and customers. But many much more care about their own pockets than about his reputation. For our entrepreneurs very often important only to achieve their own goals without regard to their assessment of public opinion. But this is the progress of the actions not against others but together with others. Our society has developed two image of the entrepreneur: positive, when entrepreneurs are considered heroes today, who took useful for society risky business, and negative when the entrepreneurs see self-seekers, speculators, swindlers, who do not want to work, and sold for money and honor, and conscience. Abroad develop rehabilitation strategies that allow you to change for the better attitude of society towards the entrepreneur. They include the following activities:

- defiantly to share their wealth, not use it just for yourself;
- people are not irritate his demonstration;
- democracy, simplicity in personal communication;
- the emphasis in the media on the outrage business people when one of them committed fraud, broke the law, cheated the society.

Japanese type of business activity characterized by the following features: sequence, tardiness, discipline, emotional restraint, exceptional

diligence, respect for authority; they are persistent and determined to achieve their goal, the defeat seen as a stimulus to a new reinforced work. Japan highly valued the ability to get along with people, loyalty, diplomacy, loyalty to the firm. Among American entrepreneurs is dominated by people with a strong personality, independent, tend to dominate. The merger of the different Nations gave the type of sustainable, active, aggressive, ambitious person who is very confident in himself and gives to others to understand their superiority.

All over the world are paying attention to ethical issues. In developed countries it is generally accepted that questions of business ethics and social responsibility of the entrepreneur concerned as well as production efficiency. It is becoming increasingly important moral and ethical standards of society: the right to human dignity, the right to decent working conditions, the right to a healthy environment, a huge amount of spiritual wealth, individual freedom, social connection between people, justice, a minimum of conflicts within society, active participation in public life, educational opportunities. For the realization of these values requires a high level of development of productive forces and culture. Significant role in shaping business ethics, as well as to identify and eliminate unethical business practices is playing the public. Ethical issues should be discussed in the press, on TV, in consumer societies, various associations.

Control questions:

1. What is entrepreneurial risk?
2. What components of the culture of entrepreneurship do you know?
3. What are the main elements of an entrepreneurial culture?
4. What are the main principles a Code of conduct developed by T.J.Watson?
5. What phases of business contacts with foreign partners do you know?

Conclusion

An entrepreneur is a person who assumes risk and starts an enterprise. The term 'entrepreneur' has been used from 18th century in the context of economic activities. Before that, the leaders of military expeditions were called entrepreneurs. Then the term was extended to cover the civil contractors, farmers and ultimately the persons organizing the factors of production to start the enterprise by assuming the risk therein. It was Richard Cantillon, who first used the term to refer to economic activities. Joseph Schumpeter stressed the function of innovation. J.B.Say, Evans, McClelland, Peter Drucker etc. have defined the term entrepreneur in their own way. The analysis of these definitions reveals certain functions of entrepreneurs viz. risk bearing, innovation, organizing, decision-making and managing.

Entrepreneurship is a tendency of an individual. It is related with the action of the individual of putting his idea into reality. The economic development of any country depends on the supply of entrepreneurship. It is therefore, necessary to nurture the entrepreneurial values and culture in the society. Efforts need to be made on individual and collective basis to develop entrepreneurship. The concept of entrepreneurship has been explained by various thinkers in the economic, sociological and psychological context. The entrepreneurship theory has been developed by thinkers like Schumpeter, McClelland, Weber, Hagen, Kunkel, Hoselitz, Cochran, Yang, and Drucker. Schumpeter's theory emphasises the innovation aspect. McClelland states that need for high achievement is required for entrepreneurial growth. According to Max Weber, entrepreneurship is influenced by the values of a society, its ideology and attitude towards business and wealth formation. As a result of this, entrepreneurship flourishes in certain societies. Hagen holds that loss of status of a social group causes the member of the group to become aggressive, work hard to regain their lost status and this gives impetus to entrepreneurship. According to John Kunkel, the supply of entrepreneurship is governed by economic, social and political structure. Individuals perform repeatedly the activities, which are rewarded by the society and this pattern of social behaviour leads to entrepreneurial behaviour. Peter Drucker emphasizes the need of systematic innovation. Hoselitz's theory explains the role of culturally marginal groups in entrepreneurship development.

Entrepreneurship does not occur spontaneously but it has to be stimulated. The factors stimulating entrepreneurship may be divided into two groups, viz. internal factors and external factors. Internal factors include entrepreneurial ambition, professional experience, success of other entrepreneurs, self-reliance etc., whereas the external factors comprise of economic, social, technological, political and international factors which arise outside the enterprise. There are certain obstacles or barriers in the process of entrepreneurial growth. They are economic barriers, social and individual barriers, adverse conditions etc. The individuals, groups and state should try to remove these barriers and provide a stimulus to the entrepreneurial growth.

Test Questions

1. Which of the following is not a characteristic feature of entrepreneurial activity?

- A. independence and independence of economic entities operating within the framework of legal norms
- B. creativity of society
- C. economic interest with a view to making a profit
- D. provision of staff with wages
- E. creation of jobs for the population living in the vicinity of the enterprise

2. Which of the following is not a feature of entrepreneurial activity?

- A. business is an integral part of the economic activities of enterprises
- B. entrepreneurship is one of the organizational and legal forms of enterprises
- C. entrepreneurship is a process of creating something new, an eternal search for improvement of one's position, forms and methods of development
- D. entrepreneurship is the development of the creative potential of workers
- E. business is an integral part of the national economy

3. Which of these functions is not a function of entrepreneurship?

- A. control function
- B. resource function
- C. general economic function
- D. creative-search (innovative) function
- E. marketing function

4. Which of the following areas is not a direction of state support and regulation of entrepreneurship?

- A. the formation of a regulatory framework for the support and development of entrepreneurship
- B. formation of the state program for the production of environmentally friendly products
- C. improving the system of financial support for small businesses

D. improvement of the regulatory framework for supporting small and medium-sized enterprises

E. improvement of the tax system of the Republic of Kazakhstan

5. What is the document fixing the necessary conditions for the commercial transaction?

A. calculation of the price of goods

B. contract

C. certificate of quality of goods

D. certificate of service

E. annual report

6. Choose the most complete definition of a commercial transaction?

A. agreement between the two parties, carried out in a non-cash form in accordance with the terms and conditions

B. a contract between several parties for the supply of goods without the involvement of funds in cash or cashless form

C. agreement between two or more parties for the supply of goods, the performance of work or services in accordance with the terms and conditions

D. agreement between the two parties on the manufacture of products

E. individual labor contract

7. A person who professionally carries out organizational and managerial activities is...

A. entrepreneur

B. supervisor

C. manager

D. foreman

E. employer

8. Which of the following does not apply to incentives to start your own business?

A. Striving for personal independence

B. Desire to reveal your abilities

C. Opportunities to perform your favorite work at a convenient time for yourself

- D. Accumulated personal savings
- E. Continuation of family traditions

9. Which of these areas is not supported by the development of entrepreneurship?

- A. increase in employment of the population
- B. increase of the intellectual level of the population
- C. reduction in unemployment
- D. raising the standard of living of the population
- E. strengthening the economic and social base of the regions

10. What does not express the manifestation of entrepreneurial opportunities?

- A. finding the most effective ways to meet existing needs
- B. the creation of special units for the implementation of risky projects
- C. development of new product technologies to meet existing needs
- D. search for new people who are carriers of new ideas
- E. ability to assess the profitability and prospects of the case

11. Entrepreneurship is:

- A. voluntary activity of a person who, using or managing economic goods, independently or with the involvement of hired labor, takes measures to produce a new product in order to generate income
- B. human activities aimed at maximizing profits
- C. the coercive activity of an economic agent, aimed at generating profit and income through an effective combination of limited resources
- D. the process of creating enterprises engaged in economic activities to meet the needs of the population
- E. the process of creating additional value in economic systems

12. The goal of entrepreneurship is:

- A. making a profit
- B. the ultimate goal is not so much profit as the continuity of the reproduction process associated with the reproduction of demand and the satisfaction of the ever-changing, ever-growing needs of the individual or social group, society as a whole
- C. meeting the demand of the population
- D. production of a new product at risk
- E. job creation

13. The company does not have financial resources?

- A. profit from the main activity
- B. depreciation charges
- C. wage fund
- D. deductions to the pension fund
- E. funds from the sale of own shares in the stock market

14. Entrepreneurial activity is unlawful if...

- A. without registration in the bodies of justice (taxation)
- B. without obtaining a special permit (license) in cases where such a license is mandatory
- C. the subject of which are types of activities established only for state enterprises;
- D. without obtaining the established certificates
- E. without the use of a cash register

15. Defines goals, outlines plans, monitors their implementation, directs employees:

- A. manager
- B. host
- C. businessman
- D. marketer
- E. financier

16. From the list, select what is not required to be reflected in the company's charter?

- A. owners of the enterprise
- B. legal status of the enterprise
- C. the legal address of the enterprise
- D. subject of activity of the enterprise
- E. staff schedule of the enterprise

17. Independent initiative activities of citizens or their associations, carried out at their own risk and under their own property responsibility for profit, is called...

- A. management
- B. production
- C. marketing

D. commerce

E. business

18. The following shall not be taxed?

A. pension

B. childcare benefits

C. funds allocated for charitable purposes

D. winnings in the lottery

E. all answers are correct

19. Note what is apply to the incentive motives of the entrepreneur's activity, identified by J. Schumpeter?

A. the need for dominance, influence

B. make the maximum profit

C. introducing innovation

D. winnings in the lottery

E. the joy of creativity in self-management.

20. Type of disciplinary action?

A. reprimand

B. compensation

C. commitment

D. penalty

E. dismissal from work

The correct answer: 1 – B, 2 – B, 3 – A, 4 – B, 5 – B, 6 – C, 7 – C, 8 – D, 9 – B, 10 – E, 11 – A, 12 – B, 13 – D, 14 – B, 15 – A, 16 – E, 17 – E, 18 – E, 19 – C, 20 – A

Situational Tasks

Task 1. Choose definitions for the following concepts

1 – Tax	A – the product of labor produced for sale and meeting the demand in the market;
2 – Item	B – independent object of market relations acting at own risk for profit;
3 – Service	C – economic value obtained as a result of excess of income over expenditure;
4 – Profit	D – the mandatory compulsory fee paid by institutions and the population;
5 – Entrepreneur	E – result of non-productive activities aimed at meeting the needs.

Task 2. Enter the missed word. A set of rules and regulations that establish the procedure for the operation of an enterprise is _____.

Task 3. Choose definitions for the basic concepts of marketing

1 – Demand	A – amount of money paid for a unit of goods or services;
2 – Exchange	B – a sense of a man lacking something;
3 – Deal	C – the act of obtaining from someone the desired object with a proposal for something in return;
4 – Price	D – commercial exchange of values between two parties;
5 – Need	E – the need that has taken a specific form in accordance with the cultural level and personality of the individual.

Task 4. Complete the sentence. Financial insolvency, accompanied by the termination of economic activities and payments of debt obligations, as well as the subsequent announcement by the court of insolvency is called ...

Task 5. For each concept, select the definitions

1 – Lease	A – the property of the enterprise that represents the value of the shares issued by it or the value of fixed and circulating assets;
2 – Agreement	B – property lease, a contract under which one party grants a property to another party for temporary use, for a fee;

3 – Charter	C – a set of rules, rights and duties, regulated activities of the organization, relationships with other organizations and individuals;
4 – Capital	D – the rights of the owner of property belonging to one or more persons, the organization or the state;
5 – Ownership	E – an agreement between two or more persons or organizations aimed at establishing, changing or terminating rights and obligations.

Task 6. Two individual entrepreneurs intend to create a commercial organization for the joint implementation of entrepreneurial activities. The legal form of the legal entity must provide confidentiality of financial information, as well as limiting the limits responsibility of entrepreneurs on its obligations.

In what organizational and legal forms can such an organization be created?

Task 7. In 1974, on the eve of the global economic crisis, the American economist E. Elbing wrote: "The external environment of the organization is increasingly becoming a source of problems for modern leaders.

Express your opinion on this statement.

Task 8. Indicate what the reasons for the wide scope of small business in countries with developed market economies and the survivability of small firms.

Task 9. Ivanov Ivan Petrovich decided to create his own company, since always dreamed about it. He set a goal: to create a small bakery at the other end of the street. He carefully prepared, studied, took the example of experienced businessmen and organized his business. He planned everything competently enough and the business began to make profits soon, there were constant buyers, and everything was relatively stable. It lasted for two years, but soon a large confectionery with a much larger assortment and flexible prices appeared next to the bakery Ivan Petrovich. A month later the bakery of Ivan Petrovich was closed. Why did the business of Ivan Petrovich live so long, because everything went well?

Task 10. Vasily Ivanovich received the inheritance of a rich grandfather and decided to organize own business, open a fitness center.

He took an additional loan from the bank, bought a business plan from a good specialist, and 6 months later opened his fitness center. He believed that on this his mission is over and you can reap the benefits, gradually return the loan and make a profit. But, competitors, who already had a fitness center of this type in the area, decided to entice Vasily Ivanovich's clients in an unfair way. Vasily Ivanovich was not ready for this, and then the tax service with the fire inspectorate seriously cares about his organization. Such a turn events Vasily Ivanovich did not wait and soon on the site of his fitness center a shop was formed, but already completely with another owner. Vasily Ivanovich's business went bankrupt along with the grandfather's inheritance. Why did it happen?

The correct answer:

Task 1: 1- D, 2 - A, 3 - E, 4 - C, 5 - B

Task 2: Charter

Task 3: 1- B, 2 - C, 3 - D, 4 - A, 5 - E

Task 4: Bankruptcy

Task 5: 1- B, 2 - E, 3 - C, 4 - A, 5 - D

List of references

1. Dr. D. V. Muley. Fundamentals of Entrepreneurship. Shivaji University, Kolhapur, p.416
2. Dollinger, Marc J. Entrepreneurship: strategies and resources / Marc J. Dollinger. — 4th ed., p.658, 2013.
3. S.Chand «Entrepreneurship: Characteristics, Importance, Types, and Functions of Entrepreneurship»// <http://www.yourarticlelibrary.com>
4. I.Komarkova, D.Gagliardi, J.Conrads, A.Collado «Entrepreneurship Competence: An Overview of Existing Concepts, Policies and Initiatives »//<http://publications.jrc.ec.europa.eu>
5. Dr. Sanjay Deshmukh. M. Com. (Part II) Business Management - Paper V. Entrepreneurship management. Vidyanagari, Mumbai, p.197, 2016
6. Organizational and legal forms of entrepreneurship. The classification of firms and their role in the economy// <http://helpiks.org>
7. Legal information system of Regulatory Legal Acts of the Republic of Kazakhstan//<http://adilet.zan.kz>
8. Forms of Business Organizations in Kazakhstan// <http://www.kazakhstan.org.sg>
9. Opening Representative and Branch Offices of Foreign Companies In Kazakhstan//<http://www.zakon.kz>
10. State registration of legal entities, record registration of their branches and representative offices, taking into account the opening of a bank account and compulsory insurance of an employee against accidents in the performance of his labor (official) duties//<http://egov.kz>
11. James C. Koch «Marketing research»//<http://www.referencefor-business.com>
12. Labour Code of the Republic of Kazakhstan dated 23 November, 2015 no. 414-V (with changes and additions dated 30 November, 2017)
13. M.Misankova. Business performance, measuring and evaluating//<https://www.tvp.zcu.cz>
14. Business-plan//<http://www.referenceforbusiness.com>
15. A.Francis «Concept of Feasibility Study in Project Management»// <https://www.mbaknol.com>
16. Business Agreement// <https://www.ukessays.com>
17. Mehdi Aman Allah, Hamid Nakhaie «Entrepreneurship and risk – taking»//<http://www.ipedr.com>

18. Agapova T.A., Seregina S.F. Macroeconomics: a manual. - 3rd edition / under the general editorship of Doctor of Economics, professor A.V.Sidorovicha. - Moscow: Moscow State University. University, Publishing House "Business and Service", 2000. – 416 p.
19. Avdokushin E.F. International economic relations: a manual. - Moscow: Yurist, 1999. - 368 p.
20. Burniston, S., Rodger, J. and Brass, J. Enterprise in Higher Education – Changing the Mindset, DfEE Research Report RR117, 2009.
21. CEI. Learning About Enterprise and Entrepreneurship: Conference Report. Report of conference held at Warwick University of Warwick, June 28th, 2012.
22. DTI. Independent Research into Learning for Enterprise and Entrepreneurship, 2012.
23. E. Jordan and K. Natarajan: Entrepreneurship Development. Himalaya Publishing House, Mumbai, 2013.
24. European Commission “Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning”. Final Proceedings of conference held in Oslo, 26-27 October, 2013.
25. Fleming P. and Owusu-Ansah W. The Impact of Entrepreneurship Education on Business Venturing: A longitudinal Survey of Irish graduates. Paper presented at the Internationalising Entrepreneurship Education and Training Conference, 2011.
26. Hisrich R., Langan-Fox J. And Grant, S. Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology in American Psychologist, September, p. 575-589, 2013.
27. Iredale N. Enterprise Education: A Briefing Paper, Foundation for Small and Medium Enterprise Development, University of Durham, UK, 2012.
28. Low M. B., MacMillan I.C. Entrepreneurship: Past and Future Challenges □ in Journal of Management, vol.14, 2: 139-161, 2012.
29. S. Mohan and R. Elangovan. Current Trends in Entrepreneurship. Deep and Deep Publication, New Delhi, 2012.
30. S.S. Khanka. Entrepreneurial Development, S. Chand & Co. Ltd., New Delhi, 2013.
31. Vasant Desai. Dynamics of Entrepreneurial Development and Management, Himalaya Publishing House, Mumbai, 2012.

Glossary

Competition	is a situation where there are several alternative uses of rare goods, in which different groups of people are interested, fighting for the right to dispose of the good
Chart	image relationship between two or more variables, given numbers. Graphs most clearly define the nature of the relationship variables
Diagram	picture showing the relationship between indicators
Distribution	the definition of the proportion and volume of product entering the intake of the participants of economic activity
Demand	is a desire and ability to buy a certain amount of consumer goods or services at a specified price within a certain period of time
Economy	is a special sphere of public life with its laws, problems and contradictions. In this area the economic potential of society is formed, a variety of benefits to meet physiological and spiritual needs of people are produced
Economic theory	is a social science that studies the behavior of people and their groups in the production, distribution, exchange and consumption of material goods to meet the needs with limited resources, which creates competition for their use
Entrepreneurship	is an initiative for the economic activity at the expense of its own, borrowed and outside capital in order to obtain returns for all participants of this activity
Exchange	is the process by which some products are exchanged for others
Institutions	are a totality of formal and informal rules created by people, that act as a limitation for economic agents, as well as appropriate mechanisms for their adherence and protection
Income	is a certain amount of money constantly or once flowing to agents, in other words, an economic benefit

Inflation	is a process of depreciation of money, which is manifested as a sustained improvement in the general price level in the economy
Macroeconomics	is a branch of economics that studies the functioning of the economy as a whole, the aggregated behavior of economic actors to achieve sustainable economic growth, full employment of resources and minimize the level of inflation
Market	is a mechanism for the implementation of market economy, a system of economic relations between producer and consumer
Money	is a special product that performs the function of a universal equivalent
Production	is the process of human impact on the objects and forces of nature and adapting them to the satisfaction of certain of his needs
Profit	is a monetary expression of the main part of money savings generated by enterprises of any form of ownership
Property	historically developing social relations that characterize the distribution (assumption) of things as elements of the material wealth of society among the various persons
Rent	is a regular income of a person in the course of leasing property, land, capital without additional costs
Supply	is a desire and ability of sellers to provide goods for sale on the market
Unemployment	is a form of manifestation of macroeconomic instability, which is a socio-economic phenomenon, expressed in excess of supply over demand of labor

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Содержание

Перечень сокращений	139
Введение	140
Тема 1. Основы предпринимательства.	
Предпринимательская среда.....	141
Тема 2. Типология предпринимательства.	
Виды предпринимательства. Организационно-правовые формы предпринимательства	162
Тема 3. Государственная поддержка предпринимательства в Республике Казахстан. Нормативно-правовая база поддержки предпринимательства	170
Тема 4. Порядок регистрации предпринимательской деятельности. Открытие своего дела. Технология проведения маркетингового исследования.....	181
Тема 5. Организация учета трудовых ресурсов, использование рабочего времени, заработной платы	197
Тема 6. Анализ финансовых результатов предпринимательской деятельности.....	213
Тема 7. Лидерство в предпринимательстве	225
Тема 8. Форма и содержание бизнес-плана.	
Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана ...	235
Тема 9. Хозяйственные договоры в предпринимательской деятельности.....	245
Тема 10. Налогообложение в предпринимательстве	252
Тема 11. Предпринимательский риск. Культура Предпринимательства	258
Тема 12. Предпринимательская тайна. Прекращение предпринимательских организаций.....	270
Заключение.....	280
Тестовые вопросы.....	282
Ситуационные задачи.....	288
Список литературы.....	291
Глоссарий	293

Перечень сокращений

АБР	Азиатский банк развития
АО	Акционерное общество
БИК	Банковский идентификационный код
ВВП	Валовый внутренний продукт
ГК	Гражданский Кодекс
ГПК	Гражданско-процессуальный кодекс
ГПИИР	Государственная программа индустриально-инновационного развития
ЗАО	Закрытое акционерное общество
ИИН	Индивидуальный идентификационный номер
ИП	Индивидуальное предпринимательство
КИРИ	Казахстанский институт развития индустрии
МБРР	Международный банк реконструкции и развития
МЗП	Минимальный размер заработной платы
МРП	Месячный расчетный показатель
МРЗП	Минимальный размер заработной платы
МСБ	Малый и средний бизнес
МСП	Малые и средние предприятия
МФО	Международные финансовые организации
НДС	Налог на добавочную стоимость
НК	Налоговый Кодекс
ОЭСР	Организация экономического сотрудничества и развития
РК	Республика Казахстан
СНР	Специальный налоговый режим
СОНО	Система обработки налоговой отчетности
СПК	Социально-предпринимательские корпорации
США	Соединенные Штаты Америки
ТК	Трудовой Кодекс
ТДО	Товарищество с дополнительной ответственностью
ТОО	Товарищество с ограниченной ответственностью
УК РК	Уголовный кодекс
ЧП	Частное предпринимательство
ЭВМ	Электронная вычислительная машина

Введение

В своем ежегодном Послании народу Казахстана «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» Президент нашей страны подчеркнул, что образование должно стать центральным звеном новой модели экономического роста. Учебные программы должны быть нацелены на развитие способностей критического мышления и навыков самостоятельного поиска информации. *Большое внимание будет уделено формированию ИТ-знаний, финансовой грамотности и воспитанию патриотизма молодежи.*

В современных условиях конкурентоспособность страны во многом зависит от человеческого ресурса, от научных и профессиональных кадров. В Стратегии «Казахстан – 2050» Глава государства Н.А.Назарбаев большое внимание уделяет развитию науки. *Здесь два главных вектора – поднять качество исследований до международного уровня и напрямую подключить науку к экономике и инновациям.*

В связи с этим необходимо уделять большое внимание формированию предпринимательской компетенции и возможности реализации бизнес-инициатив студентов.

В связи с этим в 2017-2018 учебном году в учебные планы всех специальностей ВУЗов Казахстана была введена дисциплина «Основы предпринимательства».

В данном учебном пособии, представленном на двух языках – русском и английском, освещаются общие темы лекций и практических занятий в рамках ТУП и РУП. Так, в условиях дефицита учебной литературы на английском языке, студенты в домашних условиях имеют возможность свободно изучить материал, используя данную книгу при подготовке к практическим занятиям, выполнении заданий СРСП и СРС.

Учебное пособие «Основы предпринимательства» содержит в себе также тестовые вопросы и ситуационные задачи. В книге предлагается новый подход к организации самостоятельной работы в рамках изучения новой дисциплины

Издание ее на русском и английском языках вызывает повышенный интерес и способствует лучшей подготовке и усвоению учебного материала.

Тема 1. Основы предпринимательства.

Предпринимательская среда

В настоящее время предпринимательство рассматривается как особый стиль хозяйствования, как процесс организации и осуществления деятельности в условиях рынка, как взаимодействие различных субъектов рынка и т.д. Рассмотрим ряд определений понятия – *предпринимательство*:

✓ В Гражданском кодексе Республики Казахстан (ст.10 п.1) *под предпринимательством понимается самостоятельная, инициативная деятельность граждан, оралманов и юридических лиц, направленная на получение чистого дохода путем использования имущества, производства, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, основанная на праве частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство)* [1].

✓ Р.Кантильон (1680-1734 гг.) под предпринимательством понимал производственно-хозяйственную деятельность, включающую элементы риска.

✓ Ж.Б.Сэй (1767-1832 гг.) рассматривал предпринимательскую деятельность как комбинирование трех факторов производства – труда, земли, капитала.

✓ А.Смит (1723-1790 гг.) считал, что предпринимательство в рыночной экономике является самоиницирующей и саморегулирующей деятельностью, возникающей при наличии основных факторов производства.

✓ А.Маршалл (1842-1924 гг.) рассматривал предпринимательскую деятельность как комбинирование трех факторов производства – труда, капитала и организации.

✓ Й.Шумпетер (1883-1950 гг.) считал, что предпринимательская деятельность заключается в способности продвижения инноваций на рынок посредством рискованного бизнеса.

✓ Ф.Ф.Хайек (1899-1992 гг.) отмечал, что предпринимательство связано с личной свободой индивидуума, которая дает человеку возможность рационально распоряжаться своими способностями, знаниями, информацией и доходами. Сущность предпринимательства – это поиск и изучение новых возможностей.

✓ П.Самуэльсон (1915-2009 г.) отмечал, что предпринимательство связано с новаторством, а предпринимателем является человек с нестандартным мышлением, который добивается внедрения новых идей.

✓ П.Друкер (1909-2005 г.) рассматривал предпринимательство как конкретную деятельность, содержанием которой является нововведения во всех сферах деятельности, в том числе, и в управлении.

✓ А.В.Бусыгин (1970 г.) считал, что предпринимательство – это форма деловой активности, основанная на риске и инновационном подходе к системе существующих экономических связей, при которой производство и поставка на рынок товаров ориентированы на получение предпринимательского дохода [2].

Таким образом, анализируя различные точки зрения, можно сделать вывод, что предпринимательская деятельность – это реализация особых способностей индивида, выражающаяся в рациональном соединении факторов производства на основе инновационного рискованного подхода.

Целью предпринимательской деятельности является непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивидуума или социальной группы, общества в целом.

Цель предпринимательской деятельности состоит в получении прибыли в результате максимального удовлетворения общественных потребностей.

Цели предпринимательской деятельности достигаются посредством решения ряда задач, представленных на рисунке 1.

Основные признаки предпринимательской деятельности:

1. самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений, которая подразумевает собственный выбор сферы предпринимательства;

2. инициативная деятельность дееспособных граждан, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и общества;

3. процесс, направленный на систематическое извлечение прибыли (дохода);

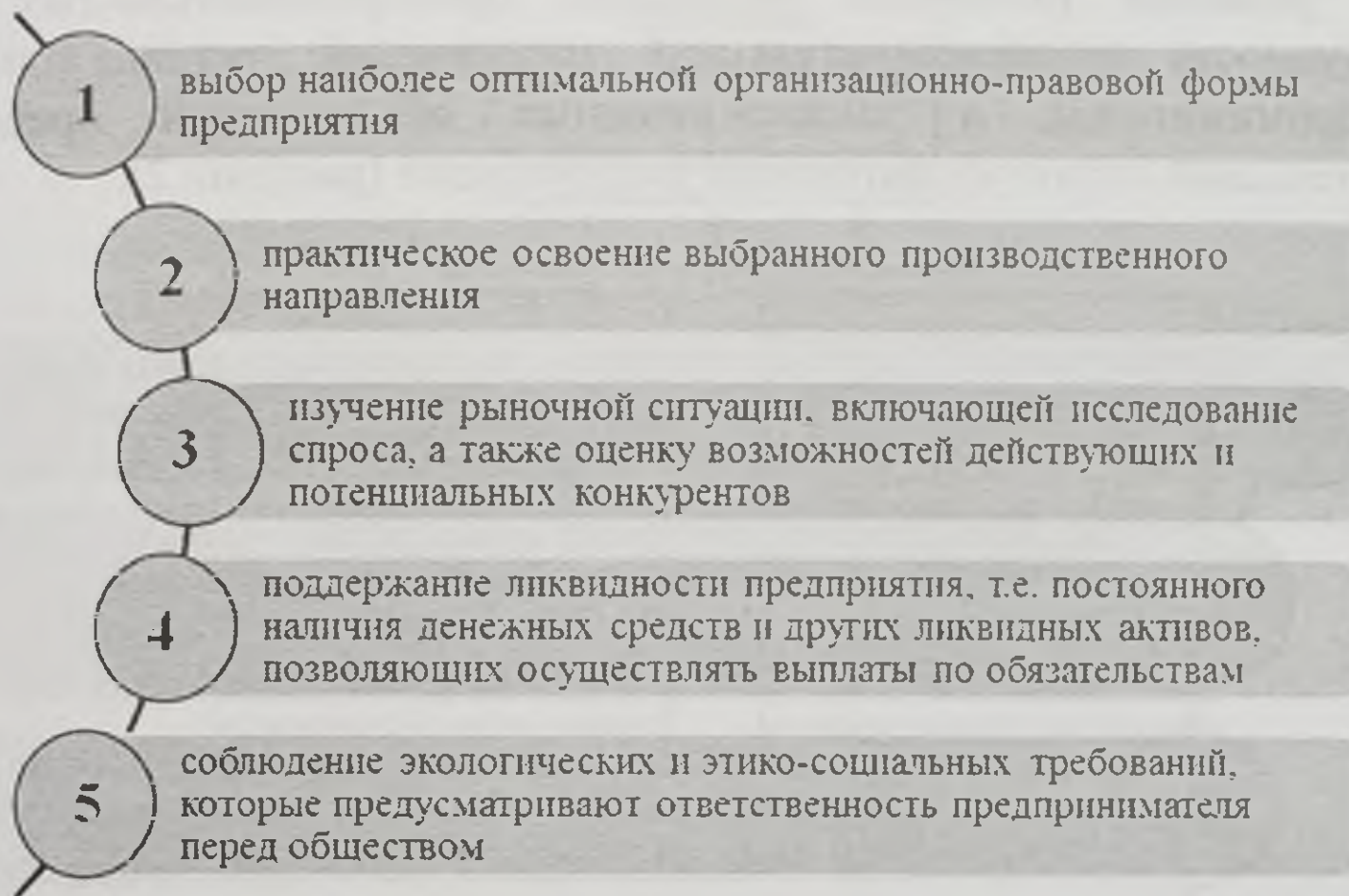


Рисунок 1 – Задачи предпринимательской деятельности

4. деятельность, осуществляемая физическими лицами, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей или юридических лиц на законных основаниях;

5. систематичность осуществления предпринимательской деятельности в течение определенного периода времени;

6. процесс создания новых товаров, работ, услуг, обладающих повышенной потребительской ценностью относительно существующих аналогов;

7. предпринимательская деятельность осуществляется на свой страх и риск и под свою имущественную ответственность. Это означает, что в соответствии со ст. 360 ГК РК предпринимательским риском является риск убытков от предпринимательской деятельности из-за нарушения своих обязательств перед контрагентами или изменений условий деятельности по не зависящим от предпринимателя обстоятельствам, а также риск неполучения ожидаемых доходов [1];

8. деятельность, которая заключается в поиске и реализации новых комбинаций факторов производства (обновление продукции, технологии, организационных подходов) с целью эффективного использования имеющихся ресурсов и удовлетворения потребительского спроса.

В развитой рыночной экономике предпринимательство как совокупность предпринимательских организаций, индивидуальных предпринимателей, а также сложных объединений предпринимательских структур выполняет ряд функций (рисунок 2).

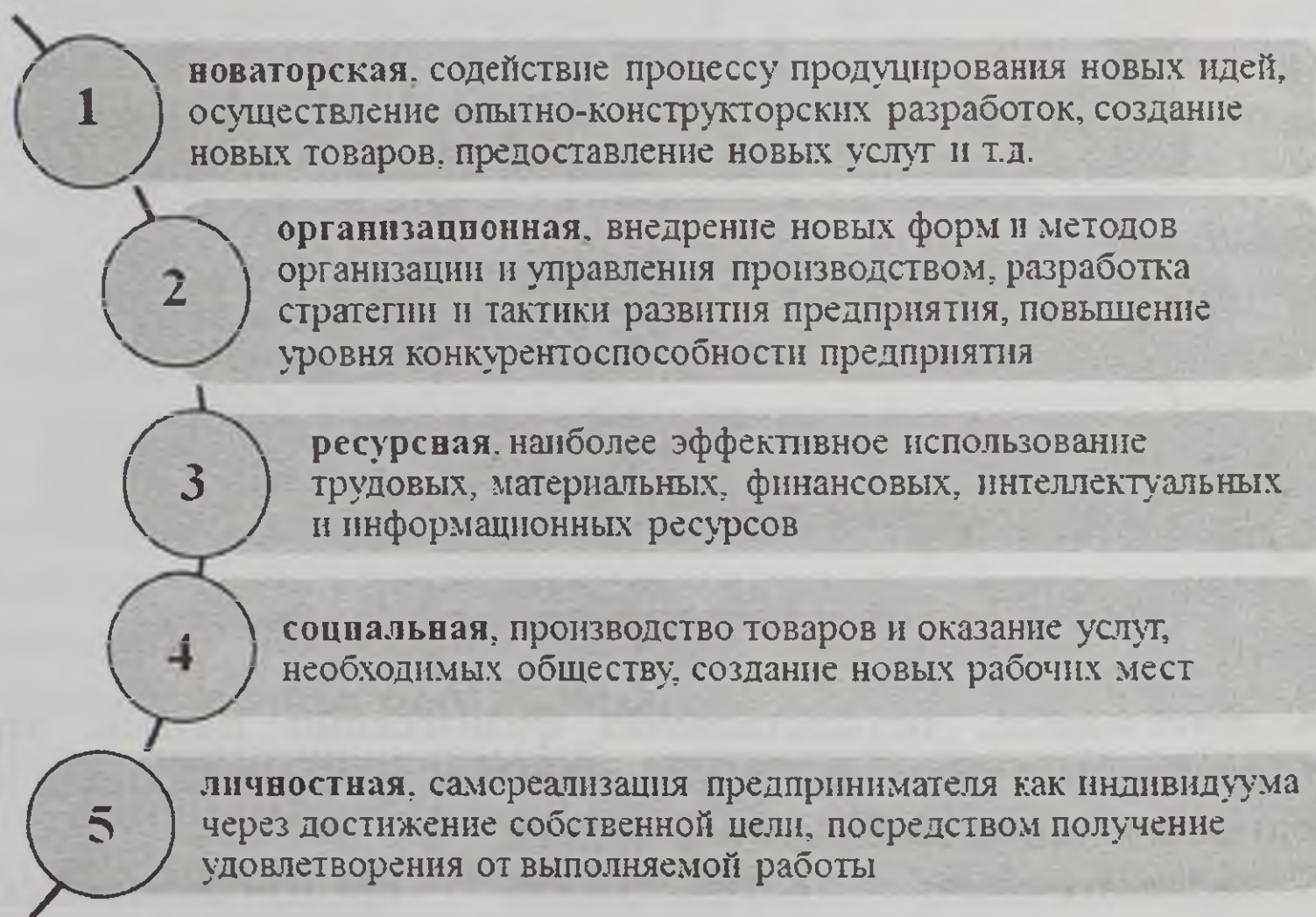


Рисунок 2 – Основные функции предпринимательской деятельности

Концепции предпринимательства.

В общем смысле концепция часто понимается как система взглядов, способов представления тех или иных явлений в процессе организации и осуществления какой-либо деятельности.

Концепция предполагает научно-обоснованную увязку таких ее компонентов, как идея, стратегия, инструментарий и цель. В этом контексте *концепция предпринимательства – способ познания и совокупность идей, положенных в основу предпринимательства и предпринимательской функции, а также их изменение в процессе эволюции экономической системы капитализма [3].*

Современный этап развития экономики актуализировал необходимость в систематизации экономико-теоретического знания о концепциях предпринимательстве по двум причинам (рисунок 3):

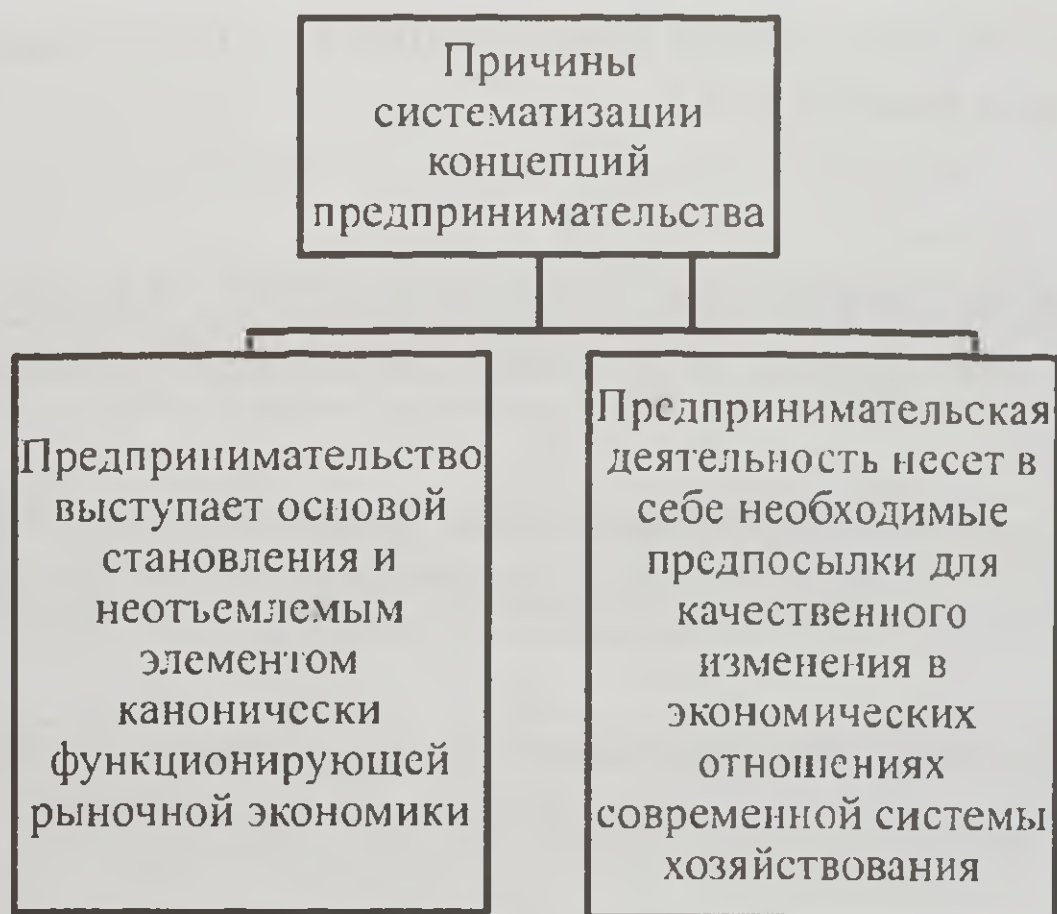


Рисунок 3 – Причины систематизации концепций предпринимательства

На рисунке 4 представлены основные группы концепций предпринимательства.

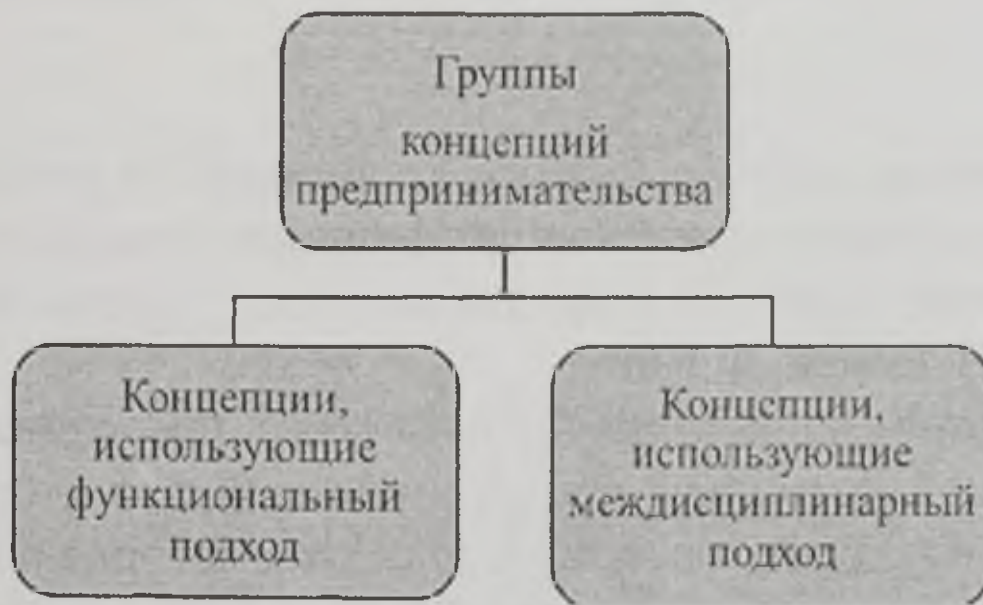


Рисунок 4 – Группы концепций предпринимательства

Концепции, использующие *функциональный подход*, рассматривают предпринимательство не как самостоятельный предмет исследования, а в контексте закономерностей функционирования экономики, т.е. акцентируют внимание на функциональной роли предпринимательства в экономике.

Отсюда название этих концепций – «концепции специфической предпринимательской функции».

К этой группе концепций относят следующие 4 вида, представленные на рисунке 5.

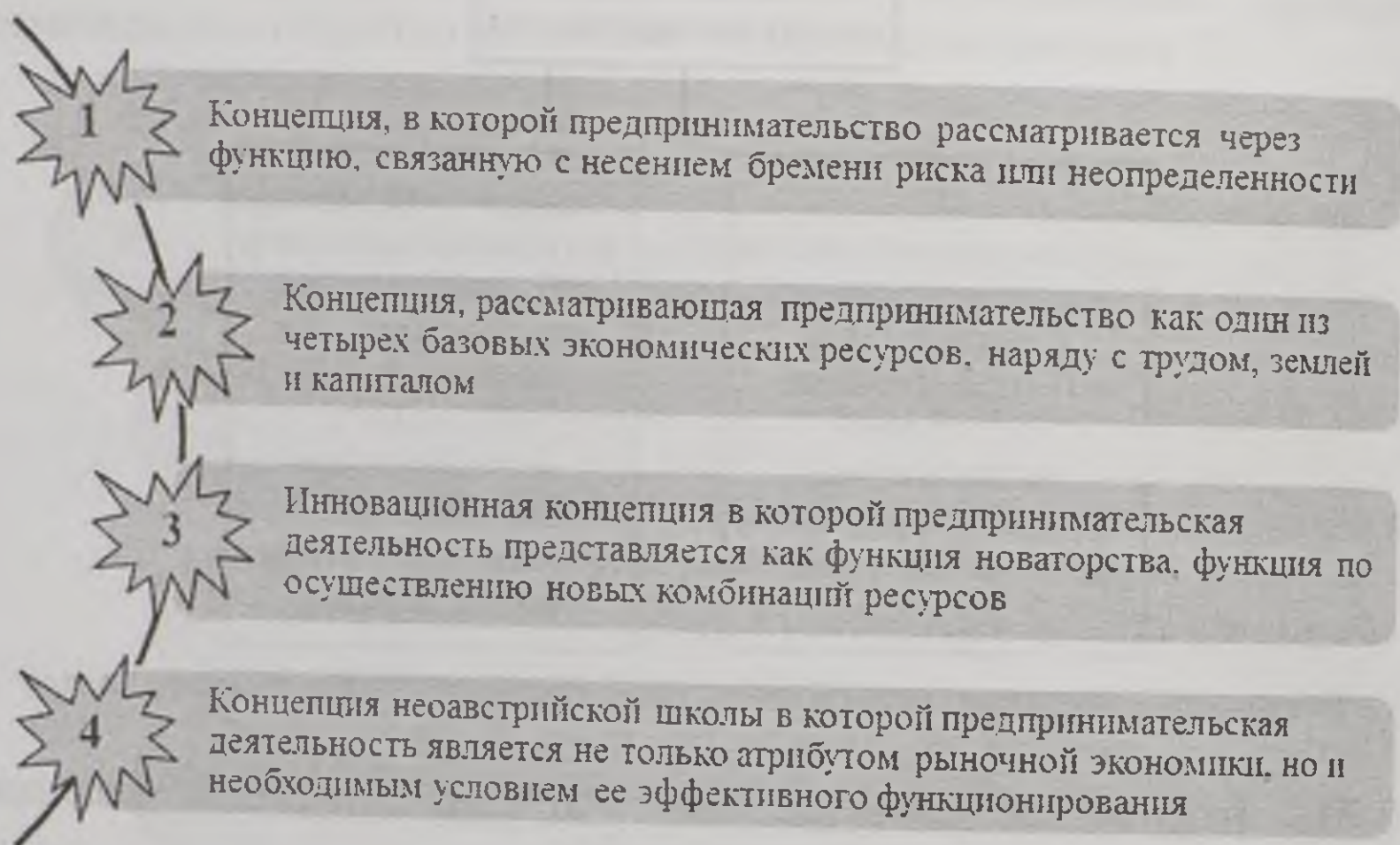


Рисунок 5 – Виды концепций, использующие функциональный подход

Исследованием первой группы концепций, в которой предпринимательство рассматривается через функцию, связанную с несением бремени риска или неопределенности занимались А.Смит, Р.Кантильон, И.Тюнен, Ф.Найт.

Вторую группу концепций представляют исследования Ж.-Б.Сэя, который главной функцией предпринимательства считает функцию координации факторов производства, рассматривающую предпринимательство как один из четырех базовых экономических ресурсов, наряду с трудом, землей и капиталом.

Третья, инновационная (модернизационная) концепция связана с именем Й.Шумпетера. В рамках данной концепции предпринимательская деятельность представляется как функция новаторства, функция по осуществлению новых комбинаций ресурсов, реализуемых в системе экономических отношений по поводу создания нового материального блага, введения нового способа производства, новой организации дела, а также создания новых рыночных возможностей для целей хозяйственной практики.

К четвертой группе относится концепция неоавстрийской школы (И.Кирцнер, Ф.Хайек, Л.Мизес, М.Ротбард и др.), которую называют вторым по значимости вкладом австрийской школы в экономическую науку.

В соответствии с этой концепцией предпринимательская деятельность является не только атрибутом рыночной экономики, но и необходимым условием ее эффективного функционирования.

Как показали Ф.Хайек и И.Кирцнер: рыночный процесс по своей природе является предпринимательским. Соответственно предпринимательство рассматривается как категория рыночной экономики, неразрывно связанная с эволюцией последней [3].

В отличие от неоклассической теории, которая рассматривает рынок в терминах равновесия, а предпринимателя как второстепенную фигуру, экономисты неоавстрийской школы предлагают рассматривать рынок как непрерывный процесс реализации предпринимательских решений, а предпринимателя выдвигают на роль основной фигуры рыночных процессов.

Важно заметить, что для всех концепций специфической предпринимательской функции характерно рассмотрение предпринимательства как персонифицированного явления. Так, ключевым направлением исследований неоавстрийской школы является личность предпринимателя. Представители этой школы достаточно основательно рассматривают особые личностные качества предпринимателя и вопросы предпринимательской культуры.

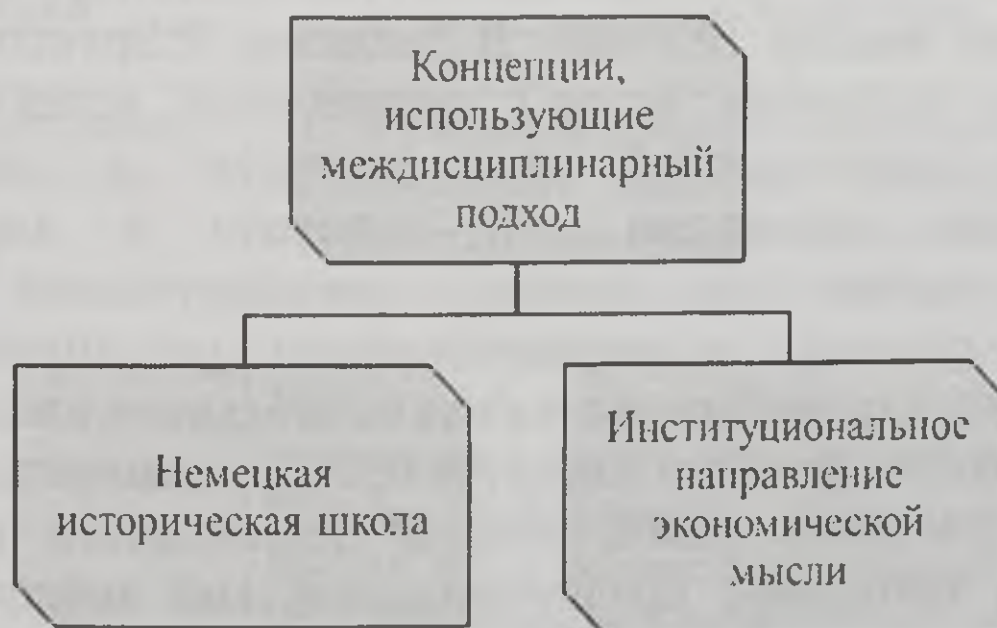


Рисунок 6 – Концепции, использующие междисциплинарный подход

В настоящее время теория предпринимательства развивается преимущественно на более конкретном уровне анализа, соприкасающемся с прикладной экономикой и управленческими дисциплинами. Этот срез теории представляют концепции, использующие *междисциплинарный подход*. К таким концепциям относят теорию предпринимателя, развиваемую немецкой исторической школой, и институциональные концепции (рисунок 6).

1. Немецкая историческая школа сосредотачивается, с одной стороны, на анализе особенностей экономического поведения предпринимателя, а с другой стороны, для объяснения феномена предпринимательства используются психологические мотивы этой деятельности.

В частности, в работах В. фон Зомбарта и М.Вебера дается трактовка предпринимателя как носителя специфического «духа», корнящегося в религиозных и нравственных устоях народа [4].

Эта позиция до сих пор достаточно широко представлена в научной литературе по предпринимательству и позволяет констатировать формирование концепции предпринимателя, в которой предпринимательство рассматривается как особый тип экономического поведения личности с определенными ценностными ориентирами, специфической мотивацией и социальной ролью.

«Достраивание» экономической модели предпринимательства «психологизмами» позволяет решать утилитарные задачи – совершенствовать организационную структуру производства, обеспечивать эффективное взаимодействие крупного и малого бизнеса, вырабатывать формы и методы конкурентной борьбы.

2. В работах представителей институционального направления экономической мысли (А.Гибб, Д.Джонсон, Р.Бруксбэнк, Э.Нельсон, Д.Стори, А.Ослунд и др.) сущностные аспекты предпринимательской деятельности анализируются в связи с ее управленческими аспектами, что привело к характеристике предпринимательства как особого регулирующего механизма, отличного от ценового и государственного регулирования, т.е. к определению предпринимательства как социального института [4].

К нормам, формирующим институт предпринимательства, относят традиции организации хозяйственной деятельности (трудолюбие, бережливость, принципы предпринимательской морали и т.п.), а также формальные регуляторы в виде нормативов организации трудового дня, соглашений, законодательства и т.п.

Этой концепцией исследуется зависимость предпринимательства от общественных институтов (в первую очередь государственных), поскольку соответствующая конкретному рынку предпринимательская деятельность предполагает определённые институциональные условия, имеющие историко-генетическую природу.

Существует также точка зрения, что к числу современных концепций предпринимательства следует отнести (рисунок 7):

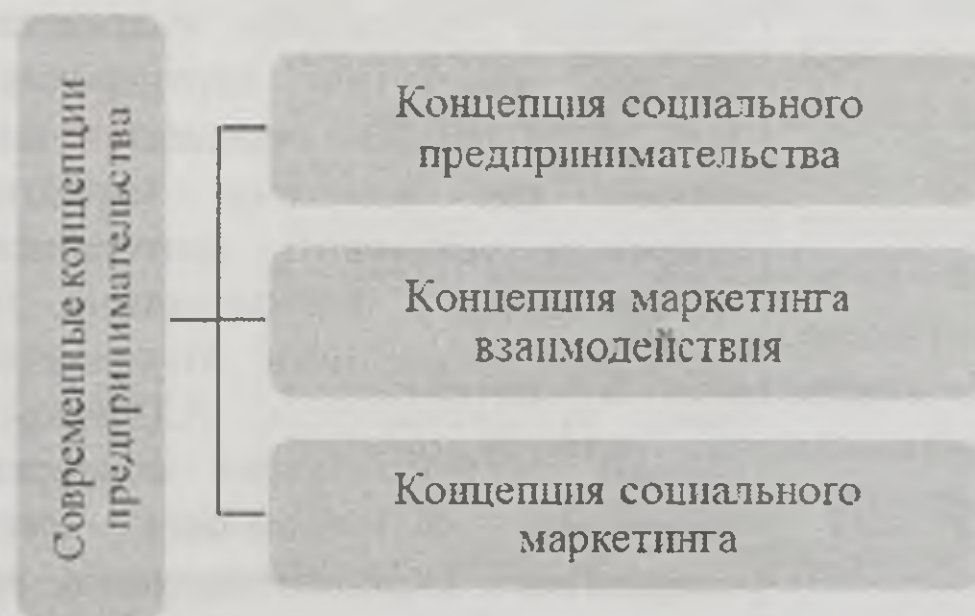


Рисунок 7 – Современные концепции предпринимательства

Основные характеристики современных концепций предпринимательства в таблице 1.

Таблица 1 – Основные характеристики современных концепций предпринимательства

Концепция	Характеристика
1	2
Концепция социального предпринимательства	Это философия предпринимательства, основанная на концепции общества потребления, то есть общества, целью существования которого является удовлетворение потребностей сограждан). Окончательно эта концепция была сформулирована в 50-х гг. XX в. Важный вклад в воплощение этой концепции в жизнь внес президент Соединенных Штатов Д.Ф.Кеннеди, выдвинувший в начале 60-х гг. XX в. концепцию государственной защиты прав потребителя. Согласно этой концепции, государство обязано активно вмешиваться во взаимоотношения между производителями товаров и

Продолжение таблицы 1

1	2
	услуг и потребителями на стороне последнего, ограждая его от недоброкачественной продукции и взяв на себя защиту его прав. В этот же период был принят закон о защите прав потребителей.
Концепция маркетинга взаимодействия	Термин «маркетинг взаимодействия» имеет несколько аналогов в виде таких понятий, как «маркетинг отношений», «маркетинг взаимоотношений», «маркетинг партнерских отношений». Так, Ж.-Ж.Ламбен определяет маркетинг отношений как «систему маркетинга, которая стремится установить длительные и конструктивные связи с покупателями». Более детально принципы маркетинга отношений сформулированы М.Кристофером, А.Пейном и Д.Бэллантайном. Ю.Н.Соловьева обосновывает целесообразность использования именно понятия «маркетинга взаимоотношений», трактуя его как «социальный процесс, способствующий созданию и поддержанию стабильных обменных связей между субъектами рынка с целью получения долгосрочной взаимной выгоды за счет удовлетворения потребностей сторон и снижения транзакционных издержек». Маркетинг взаимодействия – есть философия и инструментарий бизнес-партнеров, находящихся в маркетинговом канале, используемый в совместной деятельности для удовлетворения потребителей, получая тем самым собственную выгоду. Именно термин маркетинг взаимодействия, на взгляд автора, наиболее ярко подчеркивает динамизм, взаимное влияние, взаимозаинтересованность в получении общего результата бизнес-партнеров.
Концепция социального маркетинга	Социальный маркетинг – это изучение и формирование потребностей покупателей (потребителей) и удовлетворение их более эффективными методами, чем конкуренты, при условии повышения благосостояния всех членов общества. Таким образом, социальный маркетинг представляет собой механизм согласования потребностей и интересов потребителей, потребностей и интересов предприятия и потребностей и интересов

1	2
	<p>общества. Такое понимание социального маркетинга сложилось в процессе эволюции, сам термин «социальный маркетинг» был впервые использован в 1971 г. и означал попытку применения принципов маркетинга и его техники для содействия решению социальных задач, реализации социальных идей, а также в процессе социальных действий. Как отмечает Ф.Котлер. «понятие социального маркетинга» впоследствии получило более широкое применение. Оно, например, используется относительно «социально-ответственного маркетинга» бизнес-фирм или относительно любой маркетинговой деятельности некоммерческих организаций». Здесь он впервые помимо понятий «социальный» и «социально-этичный маркетинг» употребляет понятие «социально-ответственный маркетинг»</p>

Таким образом, сущность предпринимательства наиболее комплексно проявляется в сочетании всех присущих ему функций, но также во много зависит от самих субъектов предпринимательской деятельности, от системы государственной поддержки и регулирования предпринимательской деятельности.

Предпринимательская среда

Предпринимательская среда – это совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на функционирование фирмы и требующих принятия решений, направленных либо на их устранение, либо на приспособление к ним. Устойчивая предпринимательская среда характерна для процедурного бизнеса. Неустойчивость среды интуитивного бизнеса резко сужает возможности для получения предпринимателем прибыли и делает бизнес крайне рискованным

Предпринимательская среда характеризуется сложившейся экономической и политической обстановкой, правовой, социально-культурной, технологической, географической средой, экологической ситуацией, а также состоянием институциональной и информационной систем.

По мнению М.Лапусты: «Под предпринимательской средой следует понимать сложившуюся в стране благоприятную социально-экономическую, политическую, гражданско-правовую ситуацию, обеспечивающую экономическую свободу дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью, направленную на удовлетворение потребностей всех субъектов рыночной экономики» [5].

На рисунке 8 представлено, из каких компонентов складывается предпринимательская среда.

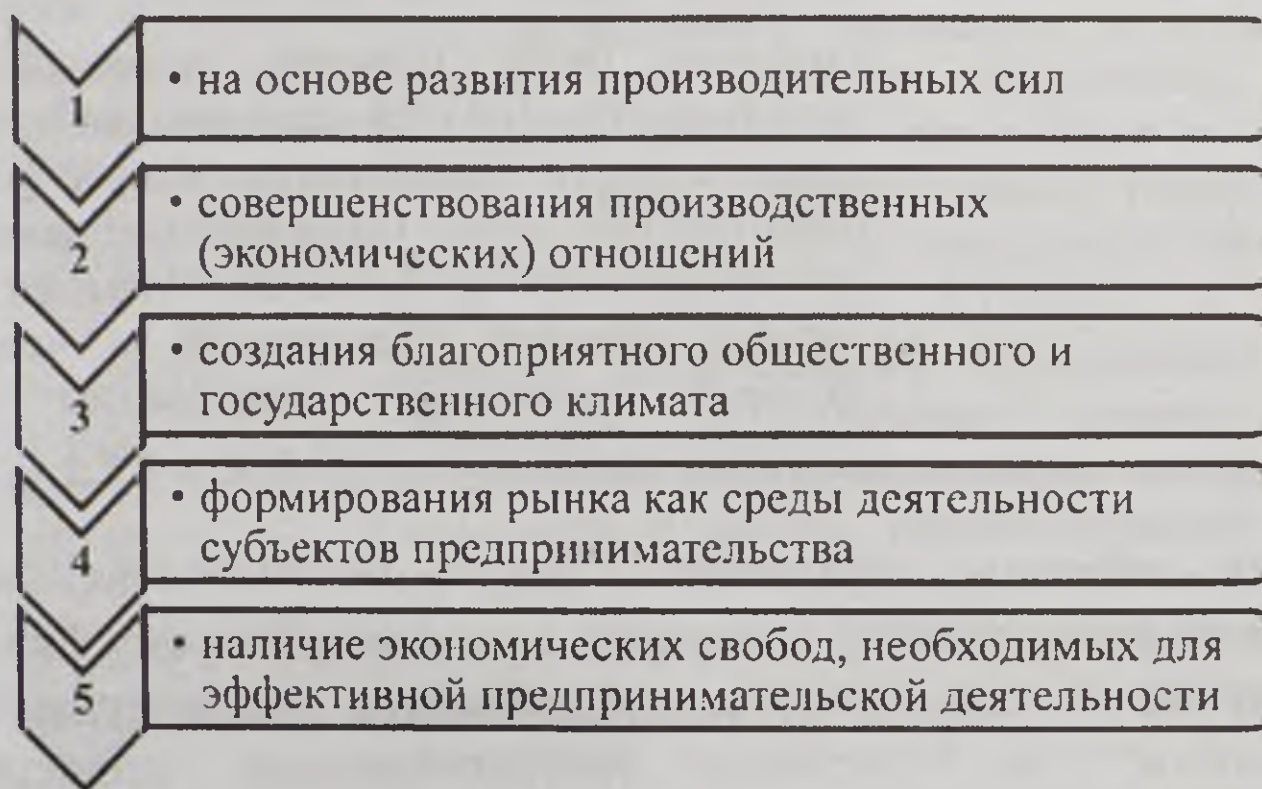


Рисунок 8 – Компоненты предпринимательской среды

Условиями для эффективной предпринимательской деятельности является совокупность объективных и субъективных факторов, которые позволяют предпринимателям достигать поставленные цели и решать поставленные задачи. Эффективная предпринимательская среда должна обеспечивать предпринимателям два основных условия (рисунок 9).

Предпринимательская среда, в условиях цивилизованных рыночных отношений, создает благоприятную социально-экономическую, политическую, гражданско-правовую ситуацию, обеспечивающую честную конкуренцию дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью.

Эффективная предпринимательская среда должна обеспечивать цивилизованным и законопослушным предпринимателям необходимые экономические свободы.

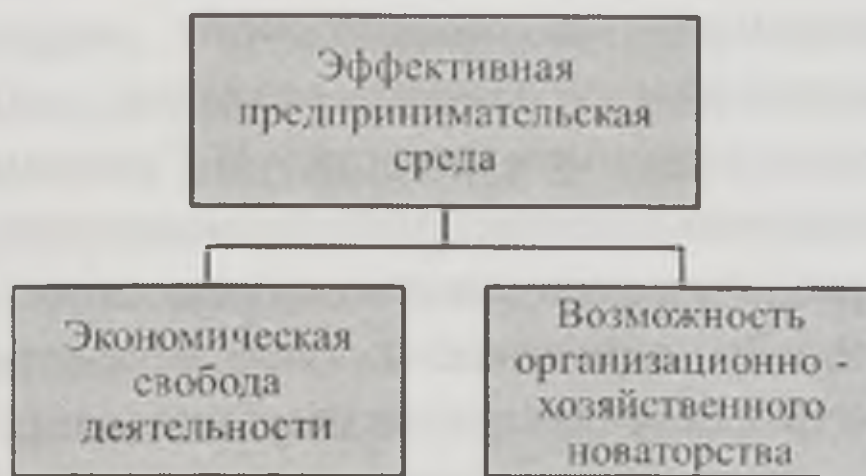


Рисунок 9 – Условия эффективной предпринимательской среды

Экономическая свобода – ведущий элемент предпринимательской среды.

Экономическая свобода означает, что всем гражданам гарантируется возможность полного использования своих способностей, личностных качеств, имущества для осуществления активной экономической деятельности (см. Конституцию РК) [6].

Большое значение имеет практическая реализация положений правовых норм, не допускающих организацию экономической деятельности, направленной на монопольное положение отдельных хозяйствующих субъектов и недобросовестную конкуренцию и рекламу.

Экономическая свобода на практике и, следовательно, развитие предпринимательства, базируется на фундаментальных положениях ст. 26 Конституции Республики Казахстан [6], а именно:

1. Граждане Республики Казахстан могут иметь в частной собственности любое законно приобретенное имущество [1].

2. Собственность, в том числе право наследования, гарантируется законом.

3. Никто не может быть лишен своего имущества, иначе как по решению суда. Принудительное отчуждение имущества для государственных нужд в исключительных случаях, предусмотренных законом, может быть произведено при условии равноценного его возмещения.

4. Каждый имеет право на свободу предпринимательской деятельности, свободное использование своего имущества для любой законной предпринимательской деятельности. Монополистическая деятельность регулируется и ограничивается законом. Недобросовестная конкуренция запрещается.

Наличие движимого и недвижимого имущества является материально-техническим условием создания собственного дела, условием развития предпринимательства. В Гражданском кодексе РК (ст. 188) говорится, что Собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом. Право владения представляет собой юридически обеспеченную возможность осуществлять фактическое обладание имуществом [1].

Право пользования представляет собой юридически обеспеченную возможность извлекать из имущества его полезные естественные свойства, а также получать от него выгоды. Выгода может выступать в виде дохода, приращения, плодов, приплода и в иных формах. Право распоряжения представляет собой юридически обеспеченную возможность определять юридическую судьбу имущества.

Собственник вправе по своему усмотрению совершать в отношении принадлежащего ему имущества любые действия, в том числе, отчуждать это имущество в собственность другим лицам, передавать им, оставаясь собственником, свои правомочия по владению, пользованию и распоряжению имуществом, отдавать имущество в залог и обременять его другими способами, распоряжаться им иным образом.

Важным для обеспечения прав экономической свободы субъектов предпринимательской деятельности является положение ГК РК (Ст.188), устанавливающее, что права всех собственников защищаются равным образом [1].

В Конституции РК это положение сформулировано так: «В Республике Казахстан признаются и равным образом защищаются государственная и частная собственность (Ст. 6 п.1) [6].

Свобода поведения предпринимателей базируется на защите государством их имущества, гарантиях существования всех форм собственности на все факторы производства, в том числе, на землю.

Экономический порядок характеризуется разделением в определенной форме между государством и отдельными лицами прав принятия экономических решений – особенно прав распоряжения производственными факторами, прав принятия решения относительно производства (т.е. что, в каком количестве и какого качества, где и как оно должно осуществляться) и прав принятия решения относительно удовлетворения потребностей.

Самостоятельность и экономическая свобода субъектов предпринимательской деятельности не означают их своеволия, поэтому законодательством устанавливаются меры государственного регулирования предпринимательской деятельности и ответственности предпринимателей за нарушение соответствующих правовых актов, что и экономически, и в правовом отношении абсолютно оправданно.

Как интегрированная сложная система, предпринимательская среда подразделяется на внешнюю, как правило, не зависящую от самих предпринимателей, и внутреннюю, которая формируется непосредственно самими предпринимателями.

Внешняя предпринимательская среда представляет собой сложную систему внешнего регулирования предпринимательской деятельности. Для предпринимателей она носит объективный характер, поскольку они не могут непосредственно изменить ее (например, федеральные законы, природные факторы и т.д.), но должны учитывать при ведении собственного дела.

Внешняя предпринимательская среда включает в себя следующие сферы макросреды (общей среды) (рисунок 10).

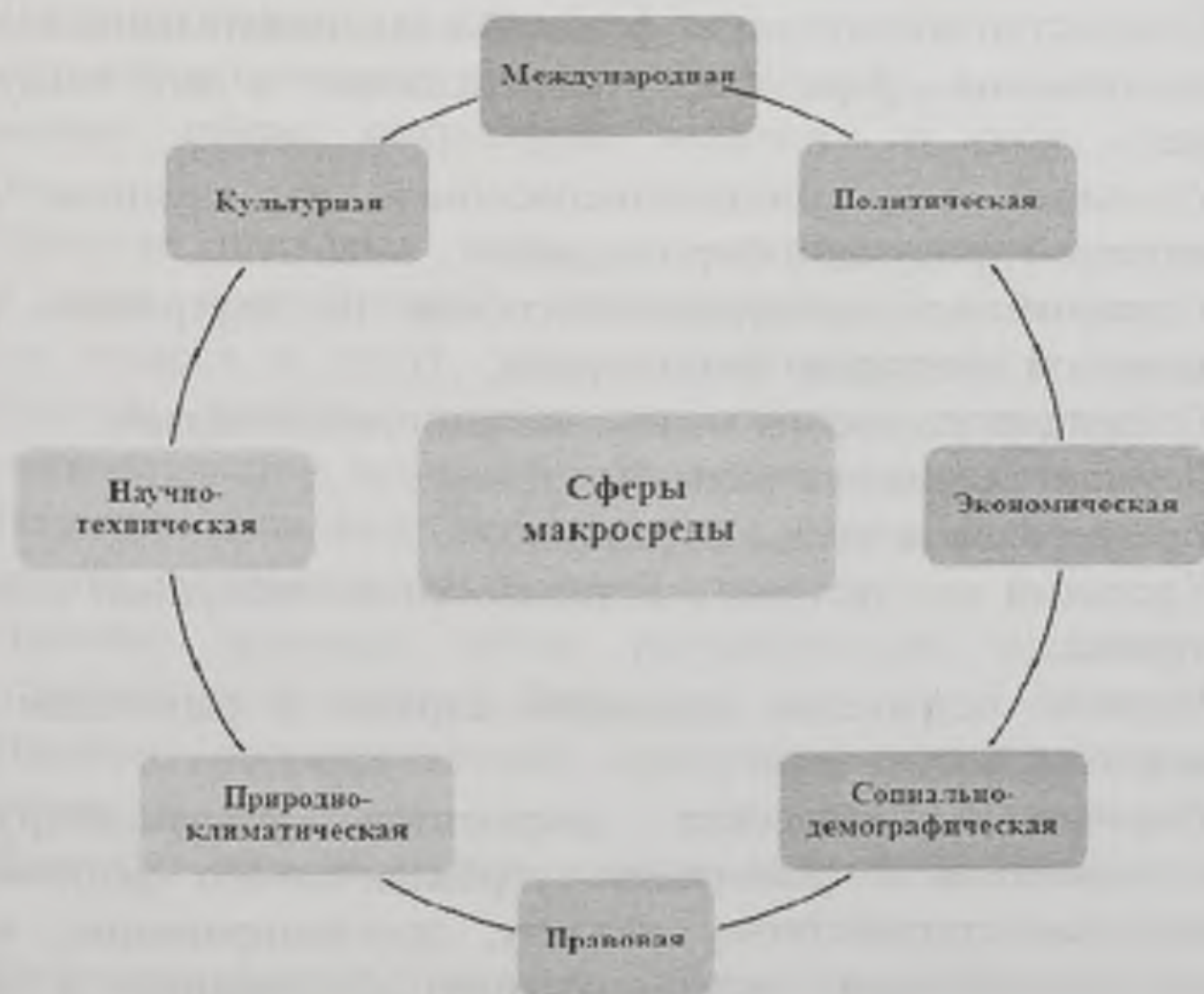


Рисунок 10 – Сферы макросреды

Международная сфера макросреды включает в себя следующие факторы:

1. Количество «горячих точек» в мире, где происходят какие-либо военные конфликты.

2. Численность военных и других лиц, задействованных в «горячих точках» в данное время.

3. Количество международных симпозиумов, конференций, выставок и других мероприятий высшей категории, проводимых в данный момент в стране и в мире в области образования, культуры, научно-технического прогресса.

4. Тенденции изменения продолжительности жизни населения в целом в мировом сообществе.

Политическая сфера макросреды включает в себя следующие факторы:

1. Стабильность демократических преобразований в стране.

2. Вероятность возврата к прошлой политической системе.

3. Количество забастовок с численностью участвующих более 100 человек, проводимых в стране в данный день.

4. Криминальная обстановка в стране.

5. Количество политических фракций в законодательной власти.

Экономическая сфера макросреды включает в себя следующие факторы:

1. Удельный вес конкурентоспособной на внешнем рынке промышленной продукции фирм страны.

2. Удельный вес конкурентоспособной на внутреннем рынке промышленной продукции фирм страны.

3. Тенденции изменения внешнеэкономических связей.

4. Дефицит бюджета страны, %.

5. Среднегодовые темпы инфляции.

6. Удельный вес частной собственности в совокупной собственности страны.

7. Наличие «стратегии перехода» страны к рыночным отношениям и их развитие.

8. Наличие методических документов, регламентирующих процесс принятия и реализации управленческого решения (по функционально-стоимостному анализу, прогнозированию, нормированию, оптимизации, экономическому обоснованию и другим вопросам).

9. Удельный вес сырьевых ресурсов в экспорте страны.

10. Показатели налоговой системы и внешнеэкономической деятельности.

11. Структура распределения доходов населения.

12. Уровень развития финансовой системы страны.

Социально-демографическая сфера макросерды включает в себя следующие факторы:

1. Место страны в мире по продолжительности жизни.

2. Место страны в мире по жизненному уровню населения.

3. Продолжительность жизни (мужчин, женщин).

4. Смертность детей в возрасте до одного года, % от числа родившихся и в сравнении с лучшим мировым показателем.

5. Рождаемость и смертность населения страны.

6. Структура населения страны по полу, возрасту, составу семьи, занятости, удельному весу одиноких, по образованию, удельному весу числа работающих женщин, служащих, пенсионеров, школьников, студентов, работающих женщин, плотность населения по регионам и другие.

7. Миграция населения.

8. Перспективность городов.

9. Структура населения по доходу и другое.

Правовая сфера макросерды включает в себя следующие факторы:

1. Наличие правовых актов по стандартизации, метрологии, защите прав потребителей, антимонопольной политике, сертификации товаров и услуг, управлению качеством и конкурентоспособностью товаров, охране окружающей природной среды, предпринимательству, ценным бумагам, финансам и другому.

2. Наличие правовых актов, регулирующих взаимоотношения компонентов экономической системы страны.

3. Наличие правовых актов, регулирующих внешнеэкономическую деятельность страны и фирм.

4. Наличие государственной программы создания правового государства.

5. Качество прокурорского надзора за соблюдением правовых актов.

6. Преемственность правового обеспечения по вертикали и горизонтали.

Экологическая сфера макросерды включает в себя следующие факторы:

1. Параметры экосистемы страны.
2. Количество городов, которые не отвечают требованиям экологии, и удельный вес численности их населения.
3. Затраты в бюджете страны (в %) на поддержание экосистемы страны.

Природно-климатическая сфера макросерды включает в себя следующие факторы:

1. Оценка основных природных ресурсов страны и ее место в мировом сообществе.
2. Характеристика климатических факторов страны.
3. Дефицит отдельных видов ресурсов по регионам страны.
4. Степень использования вторичных ресурсов.

Научно-техническая сфера макросерды включает в себя следующие факторы:

1. Удельный вес изобретений и патентов страны в фонде мирового сообщества.
2. Удельный вес числа докторов наук, профессоров в общей численности работающих в стране.
3. Стоимость основных производственных фондов страны, приходящаяся на одного ученого.
4. Уровень автоматизации производства в машиностроении страны.
5. Экспертная оценка месячной заработной платы ученого, конструктора, преподавателя вуза (в долларах США).
6. Показатели износа основных производственных фондов в отраслях народного хозяйства страны.
7. Характеристика системы информации страны.
8. Уровень компьютеризации страны.

Культурная сфера макросерды включает в себя следующие факторы:

1. Средний уровень образования населения страны.
2. Обеспеченность населения страны объектами культуры.
3. Отношения людей к окружающему миру.
4. Долговременные тенденции развития в области культурных ценностей.

Предпринимательский успех зависит от внутренней предпринимательской среды – определенной совокупности внутренних

условий функционирования предприятия. Она зависит от самого предпринимателя, его компетентности, силы воли, целеустремленности, уровня притязаний, умений и навыков в организации и ведении бизнеса.

К внутренней предпринимательской среде относятся определенные сферы микросреды (рабочей среды) (рисунок 11).

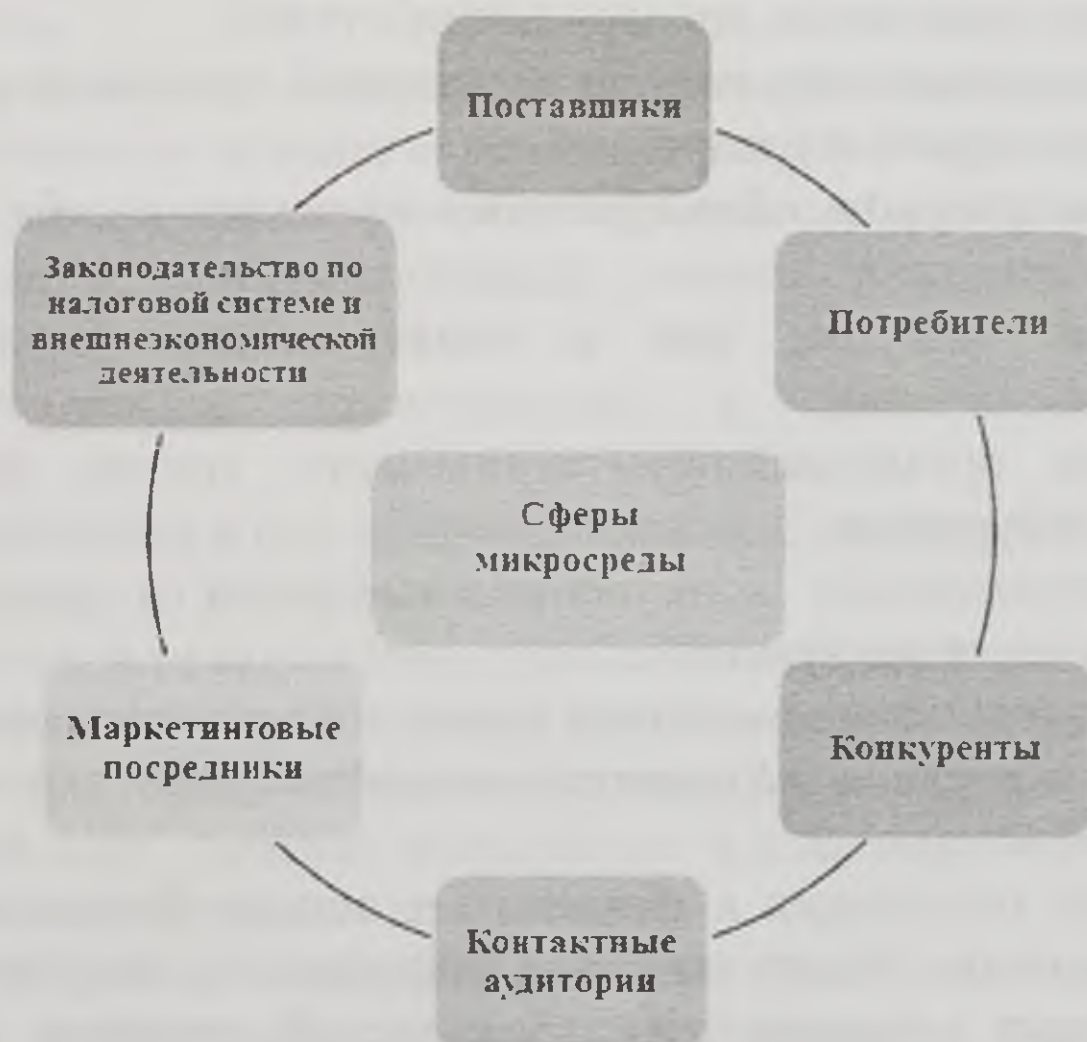


Рисунок 11 – Сферы микросреды

Сфера микросреды «Поставщики» включает в себя следующие факторы:

1. Интегральный показатель качества поступающего сырья (по видам) и материалам.

2. Интегральный показатель качества (полезного эффекта) комплектующих изделий, оснастки, запасных частей и т.д.

3. Интегральный показатель качества информации, поступающей на фирму.

4. Интегральный показатель качества нормативно-методической документации.

5. Интегральный показатель качества подготовки специалистов, поступающих на фирму.

6. Прогноз изменения условий поставок.

Сфера микросреды «Потребители» включает в себя следующие факторы:

1. Тенденции изменения круга потребностей основных потребителей товаров фирмы.
2. Прогноз изменения параметров рынка по объему и ассортименту товаров.
3. Прогноз изменения доходов потребителей.
4. Прогноз изменения состава и значений признаков сегментации рынка внутри страны и в мире.

Сфера микросреды «Конкуренты» включает в себя следующие факторы:

1. Анализ качества, цен и конкурентоспособности товаров конкурентов.
2. Анализ организационно-технического уровня производства основных конкурентов.
3. Прогнозирование конкурентоспособности и удельной цены товаров основных конкурентов.
4. Прогнозирование рыночной стратегии основных конкурентов.

Сфера микросреды «Контактные аудитории» включает в себя следующие факторы:

1. Анализ отношения к фирме и ее товару финансовых кругов региона (страны), средств массовой информации, государственных и муниципальных учреждений, гражданской группы содействия, общественных организаций и др.
2. Разработка мероприятий по улучшению отношений с контрактной аудиторией.

Сфера микросреды «Маркетинговые посредники» включает в себя следующие факторы:

1. Анализ структуры и стратегии торговых посредников и уточнение совместно с ними стратегии маркетинга продвижения товаров.
2. Налаживание контрактов с агентствами по оказанию маркетинговых услуг (рекламные агентства, консалтинговые фирмы, фирмы маркетинговых исследований и др.).
3. Установление связей с кредитно-финансовыми учреждениями.

Сфера микросреды «Законодательство по налоговой системе и внешнеэкономической деятельности» включает в себя следующие факторы:

1. Формирование банка данных по налоговой системе и внешнеэкономической деятельности.

2. Анализ влияния ставок налогов, таможенных пошлин, квот, лицензий и других показателей на эффективность работы фирмы.

3. Подготовка предложений по совершенствованию законодательства в области налоговой системы и внешнеэкономической деятельности.

Задача управления – выявление характера и степени воздействия таких факторов и принятие решений, направленных на обеспечение стабильности функционирования и развития предприятия. С этой целью ведется систематический анализ факторов предпринимательской среды в процессе:

✓ маркетинговых исследований и разработки программ маркетинга;

✓ планирования и разработки плановых показателей;

✓ оперативного управления;

✓ контроля за результатами хозяйственной деятельности.

Эффективность хозяйственной деятельности предприятия зависит от многих факторов, которые постоянно находятся в поле зрения менеджеров всех уровней, выявляются и анализируются с помощью различных экономических показателей.

Таким образом, глубокий и тщательный анализ внутренней среды – необходимая предпосылка принятия управленческих решений по результатам проведенного исследования.

Контрольные вопросы:

1. Что такое предпринимательство?

2. Назовите основные признаки, цели и функции предпринимательской деятельности.

3. Какие Вы знаете концепции предпринимательства?

4. Что такое предпринимательская среда?

5. Что из себя представляет внешняя и внутренняя предпринимательская среда?

Тема 2. Типология предпринимательства. Виды предпринимательства. Организационно-правовые формы предпринимательства

Под *типологией предпринимательства* понимается учение о различных типах, видах, сферах предпринимательской деятельности, определяемых по существенным признакам, позволяющим отнести данную конкретную экономическую (хозяйственную) деятельность к определенному типу (виду).

Классификация предпринимательства

Предпринимательскую деятельность можно классифицировать по различным характерным признакам, однако в теории и практике сложилась классификация по следующим признакам: по формам собственности, законности, охвату территории, распространению на различных территориях, составу учредителей, численности персонала и объему оборота, темпам роста и уровню их прибыльности, уровню использования нововведений и другому [7].

Формы собственности представлены на рисунке 12.

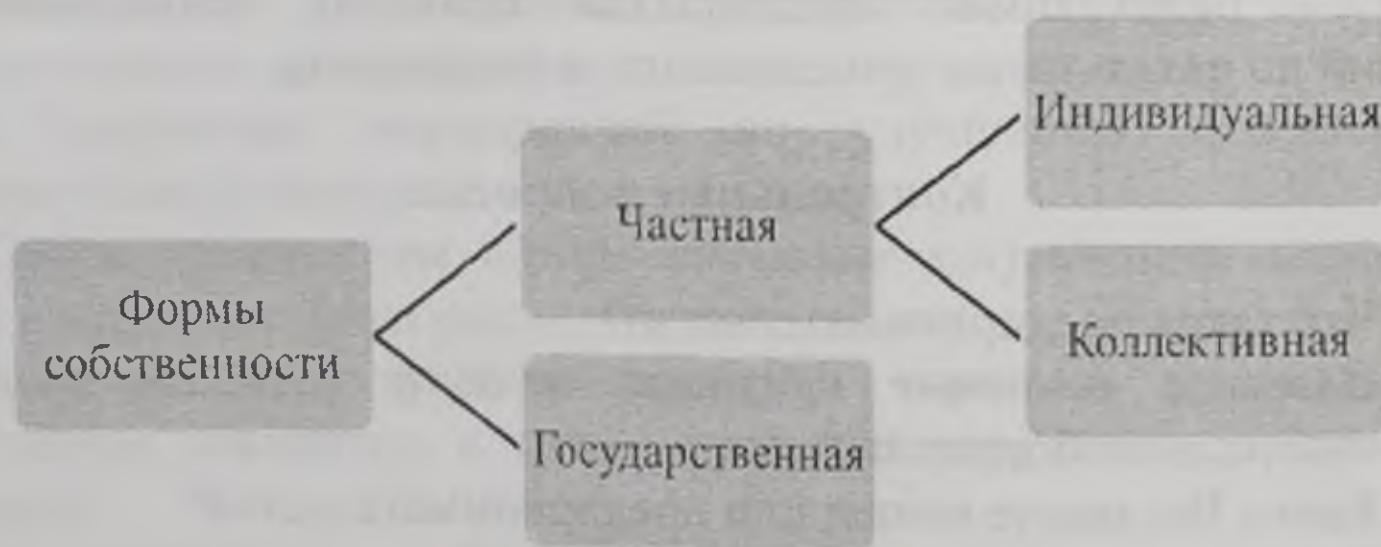


Рисунок 12 – Формы собственности

По признакам *законности* предпринимательство подразделяется на следующие виды (рисунок 13).

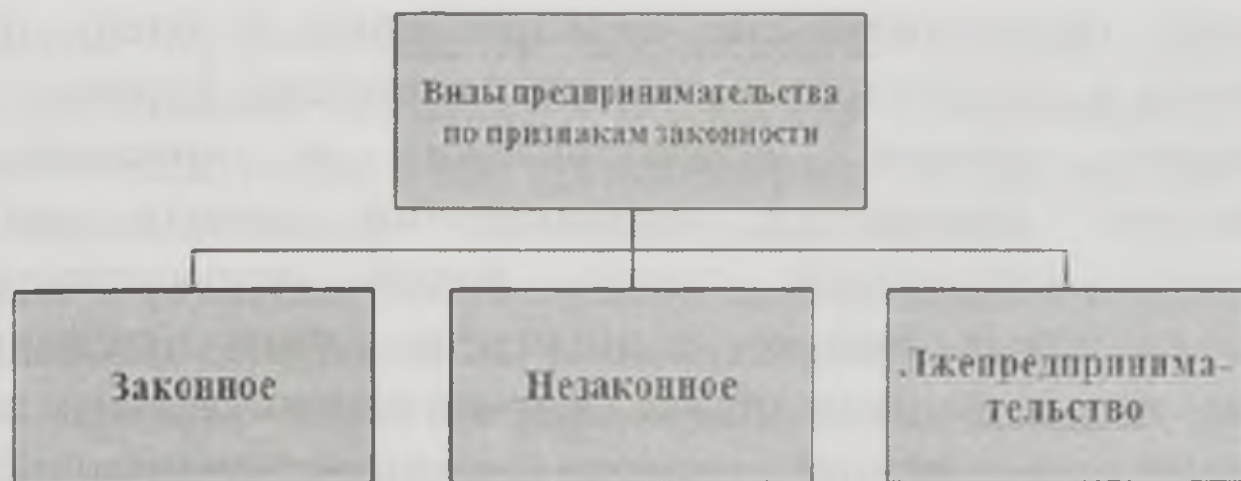


Рисунок 13 – Виды предпринимательства по признакам законности

В зависимости от *распространения деятельности на различных территориях* предпринимательство подразделяется на следующие виды (рисунок 14).

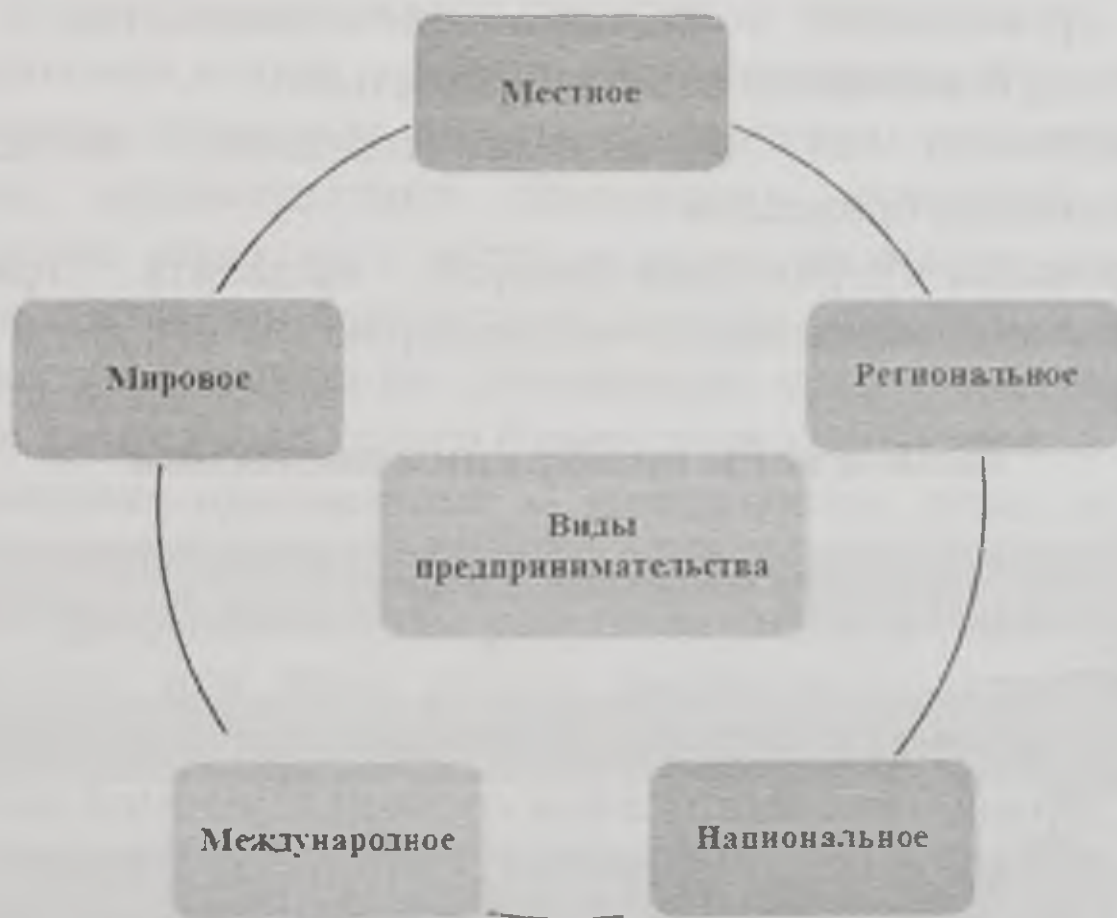


Рисунок 14 – Виды предпринимательства

В зависимости от *состава учредителей (участников) собственного дела* выделяется женское и молодежное предпринимательство.

С точки зрения *темпов развития, уровня прибыльности и доходности* предпринимательские организации можно подразделить: на быстрорастущие, медленно наращивающие темпы развития компании, высокоприбыльные и низкорентабельные

организации, осуществляющие низкорисковые и очень рискованные виды бизнеса, а, следовательно, и соответствующие фирмы.

С точки зрения использования в процессе своей деятельности инноваций, нововведений, новых технологий необходимы: постоянный поиск новых возможностей для производства новых товаров, выполнение работ, оказание услуг, завоевание новых рынков сбыта, формирование нового спроса и предложения на основе нового комбинирования факторов производства.

По таким признакам (критериям), как численность всего персонала, по удельному весу других субъектов в уставном (складочном) капитале определяется малое предпринимательство.

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

В зависимости от механизма создания, числа учредителей (участников), процессов функционирования и управления следует выделить простые и сложные предпринимательские организации.

Типы и виды предпринимательства

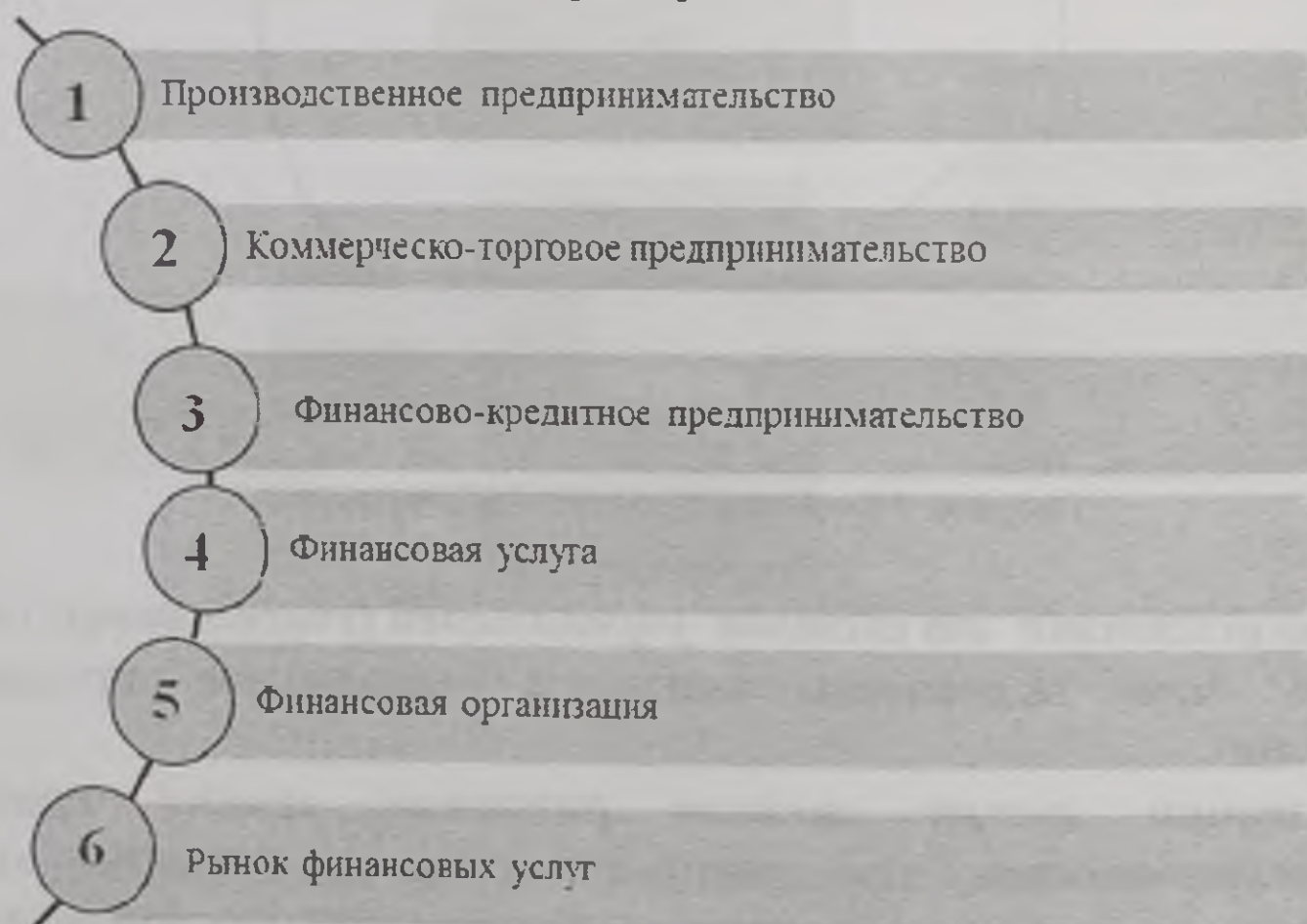


Рисунок 15 – Виды предпринимательства

С учетом направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов выделяются следующие виды предпринимательства (рисунок 15):

1) *производственное предпринимательство*. Оно классифицируется в зависимости от отрасли хозяйственной деятельности на промышленное, строительное, сельскохозяйственное и другие;

2) *коммерческо-торговое предпринимательство* – как второй вид предпринимательской деятельности. Эта деятельность мобильна, быстро приспосабливается к потребности, так как непосредственно связана с конкретными потребителями;

3) *финансово-кредитное предпринимательство*. Это специализированная область предпринимательской деятельности, характерной особенностью которой является то, что предметом купли-продажи выступают ценные бумаги (акции, облигации и др.), валютные ценности и национальные деньги (тенге);

4) *финансовая услуга* – деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц, в том числе осуществление банковских операций и сделок, предоставление страховых услуг и услуг на рынке ценных бумаг, заключение договоров финансовой аренды (лизинг) и договоров по доверительному управлению денежными средствами или ценными бумагами, а также иные услуги финансового характера;

5) *финансовая организация* – юридическое лицо, осуществляющее на основании соответствующей лицензии банковские операции и сделки либо предоставляющее услуги на рынке ценных бумаг, услуги по страхованию или иные услуги финансового характера, а также негосударственный пенсионный фонд, его управляющая компания, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, лизинговая компания, кредитный потребительский союз и иная организация, осуществляющая операции и сделки на рынке финансовых услуг;

6) *рынок финансовых услуг* – сфера деятельности финансовых организаций на территории РК или ее части, определяемая исходя из места предоставления финансовой услуги потребителям.

Организационно-правовые формы ведения коммерческой деятельности в Республике Казахстан

Прежде всего, следует сказать, что под предпринимательством (зачастую, наряду с термином предпринимательство употребляется

английский аналог слову «бизнес») в Республике Казахстан понимается инициативная деятельность граждан и юридических лиц, независимо от формы собственности, направленная на получение чистого дохода путем удовлетворения спроса на товары (работы, услуги), основанная на частной собственности.

Предпринимательская деятельность осуществляется от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя (ст. 10 Гражданского кодекса РК) [1].

Субъекты частного предпринимательства могут быть отнесены к:

1. субъектам малого предпринимательства;
2. субъектам среднего предпринимательства;
3. субъектам крупного предпринимательства.

Субъекты малого предпринимательства – юридические лица, могут существовать только в следующих организационно-правовых формах:

- полное товарищество;
- коммандитное товарищество;
- товарищество с ограниченной ответственностью;
- товарищество с дополнительной ответственностью;
- производственный кооператив.

Производственным кооперативом признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной предпринимательской деятельности, основанной на их личном трудовом участии и объединении его членами имущественных взносов. Членов кооператива должно быть не менее двух. Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива дополнительную (субсидиарную) ответственность. А первые четыре формы охватываются понятием «хозяйственное товарищество».

Хозяйственным товариществом признается коммерческая организация с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом в процессе его деятельности принадлежит товариществу на праве собственности.

Хозяйственное товарищество может быть создано одним лицом, которое становится его единственным участником.

Участниками полного товарищества и полными товарищами в коммандитном товариществе могут быть только граждане.

Основные особенности отдельных видов хозяйственного товарищества следующие.

Полным признается товарищество, участники которого при недостаточности имущества полного товарищества несут солидарную ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Участники полного товарищества образуют уставный капитал, размер которого должен быть не менее двадцати пяти размеров расчетного показателя, законодательно установленного в Республике Казахстан на момент внесения участниками вкладов в уставный капитал.

Коммандитным признается товарищество, которое включает наряду с одним или более участниками, несущими дополнительную ответственность по обязательствам товарищества всем своим имуществом (полными товарищами), также одного или более участников, ответственность которых ограничивается суммой внесенного ими вклада в имущество товарищества (вкладчиков) и которые не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности. Уставный капитал коммандитного товарищества составляется из вкладов полных товарищей и вкладчиков и должен быть не менее пятидесяти размеров месячного расчетного показателя, законодательно установленного в Республике Казахстан на момент внесения участниками вкладов в уставный капитал.

Товариществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами товарищество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники товарищества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Число участников товарищества с ограниченной ответственностью не должно превышать ста. Товарищество с ограниченной ответственностью не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное товарищество, состоящее из одного лица.

Первоначальный размер уставного капитала ТОО равен сумме вкладов учредителей и не может быть менее суммы, эквивалентной ста размерам месячного расчетного показателя на дату представления документов для государственной регистрации товарищества.

Товариществом с дополнительной ответственностью признается товарищество, участники которого отвечают по его обязательствам своими вкладами в уставный капитал, а при недостаточности этих сумм дополнительно принадлежащим им имуществом в размере, кратном внесенным ими вкладам.

Предельный размер ответственности участников предусматривается в уставе. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам товарищества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами.

В остальном, к товариществу с дополнительной ответственностью применяются правила настоящего Кодекса о товариществе с ограниченной ответственностью, поскольку иное не предусмотрено настоящей статьей.

Среднегодовая численность работников субъектов малого предпринимательства определяется с учетом всех работников, в том числе работающих по контракту и договорам подряда, по совместительству, работников филиалов, представительств и других обособленных подразделений данного субъекта.

В случае превышения субъектом малого предпринимательства этих ограничений, он лишается льгот, предусмотренных действующим законодательством Республики Казахстан. Субъекты малого предпринимательства могут осуществлять любые виды предпринимательской деятельности в соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан.

Также законодательством Республики Казахстан предусмотрено понятие *индивидуального предпринимательства*, то есть – инициативной деятельности физических лиц, направленной на получение дохода, основанной на собственности самих физических лиц и осуществляемой от имени физических лиц, за их риск и под их имущественную ответственность.

Субъектами индивидуального предпринимательства являются физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица и при отсутствии признаков юридического лица.

Видами индивидуального предпринимательства являются личное предпринимательство и совместное предпринимательство.

Личное предпринимательство осуществляется одним гражданином самостоятельно на базе имущества, принадлежащего ему на праве собственности, а также в силу иного права, допускающего пользование и (или) распоряжение имуществом.

Совместное предпринимательство осуществляется группой граждан (индивидуальных предпринимателей) на базе имущества, принадлежащего им на праве общей собственности, а также в силу иного права, допускающего совместное пользование и (или) распоряжение имуществом.

Формами совместного предпринимательства являются:

1) предпринимательство супругов, осуществляемое на базе общей совместной собственности супругов;

2) семейное предпринимательство, осуществляемое на базе общей совместной собственности крестьянского (фермерского) хозяйства или общей совместной собственности на приватизированное жилище;

3) простое товарищество, при котором предпринимательская деятельность осуществляется на базе общей долевой собственности.

Таким образом, организационно-правовая форма юридических лиц учреждаемых в Казахстане зависит от рода деятельности, которую предприниматели намерены осуществлять в Казахстане.

Контрольные вопросы:

1. Что такое типология предпринимательства?
2. Дайте классификацию предпринимательства.
3. Какие вы знаете типы и виды предпринимательства?
4. Каковы организационно-правовые формы предпринимательства в Казахстане?
5. Охарактеризуйте виды товариществ.

Тема 3. Государственная поддержка предпринимательства в Республике Казахстан

Развитие малого и среднего предпринимательства является одним из условий успешного реформирования экономики. Создание и развитие сектора малого и среднего предпринимательства является основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике. Настоящая работа во многом обусловлена потенциалом малого и среднего предпринимательства как движущей силы становления и развития рынка.

Без развитого малого и среднего предпринимательства сложно говорить о стабильности макроэкономической ситуации государств. Вследствие этого, еще на заре независимости малый и средний бизнес был определен в Казахстане как важнейший сектор экономики. Всесторонняя поддержка малого и среднего бизнеса всегда была приоритетом государственной политики [8].

Малый бизнес в Казахстане развивается быстрыми темпами. Сегодня субъекты малого предпринимательства играют ключевую роль в развитии экономики любого государства. Несмотря на пристальное внимание, уделяемое в нашей стране развитию малого и среднего бизнеса, его влияние на социально-экономическое развитие все еще недостаточно ощутимо. Вместе с тем сегодня в нашем государстве постепенно начинают оправдывать себя все те усилия, которые направлены на планомерное и повсеместное развитие предпринимательства.

Реализуется государственная программа развития и поддержки малого предпринимательства в Республике Казахстан, созданы социально-предпринимательские корпорации (СПК), основанные на тесном сотрудничестве государства и бизнеса.

На рисунке 16 представлены основные цели государственной политики в области развития казахстанского малого бизнеса.

Основной задачей является финансовое обеспечение государственной политики в области поддержки малого предпринимательства в Республике Казахстан и создание эффективно действующего финансового механизма для реализации государственной поддержки малого предпринимательства, участие в финансировании региональных программ, а также проектов и мероприятий, направленных на поддержку и развитие малого предпринимательства.

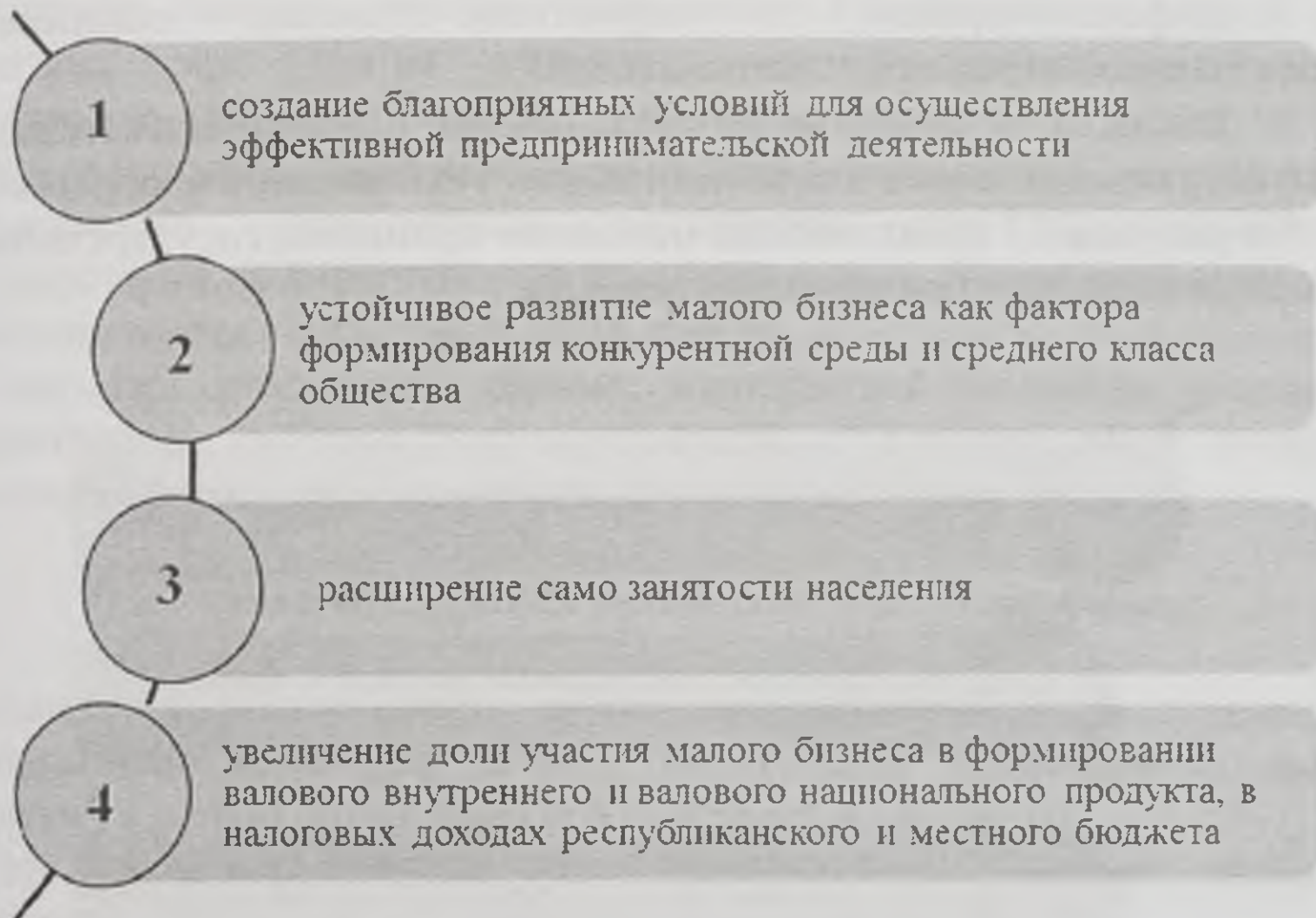


Рисунок 16 – Основные цели государственной политики в области развития казахстанского малого бизнеса

Для исполнения этой задачи реализуются основные направления деятельности, к которым относятся следующие:

1. Выработка финансовой стратегии по привлечению банковского капитала, а также других кредитно-финансовых организаций под государственные гарантии Правительства РК для обеспечения развития малого бизнеса.

2. Содействие формированию льготного налогового режима для работающих в сфере малого бизнеса.

3. Формирование системы лизинга как одной из наиболее перспективных возможностей создания и развития производственного базиса малого и среднего предпринимательства.

4. Содействие развитию внешнеэкономической активности субъектов малого предпринимательства.

5. Подготовка и переподготовка кадров для работы в структурах малого предпринимательства.

6. Создание условий для успешного развития предпринимательской деятельности путем формирования благоприятной инфраструктуры.

7. Информационное и нормативно-правовое обеспечение деятельности малых предпринимателей.

8. Развитие инновационной деятельности в предпринимательских структурах, содействие в освоении новых технологий и изобретений.

На рисунке 17 представлены основные принципы государственной поддержки малого предпринимательства.

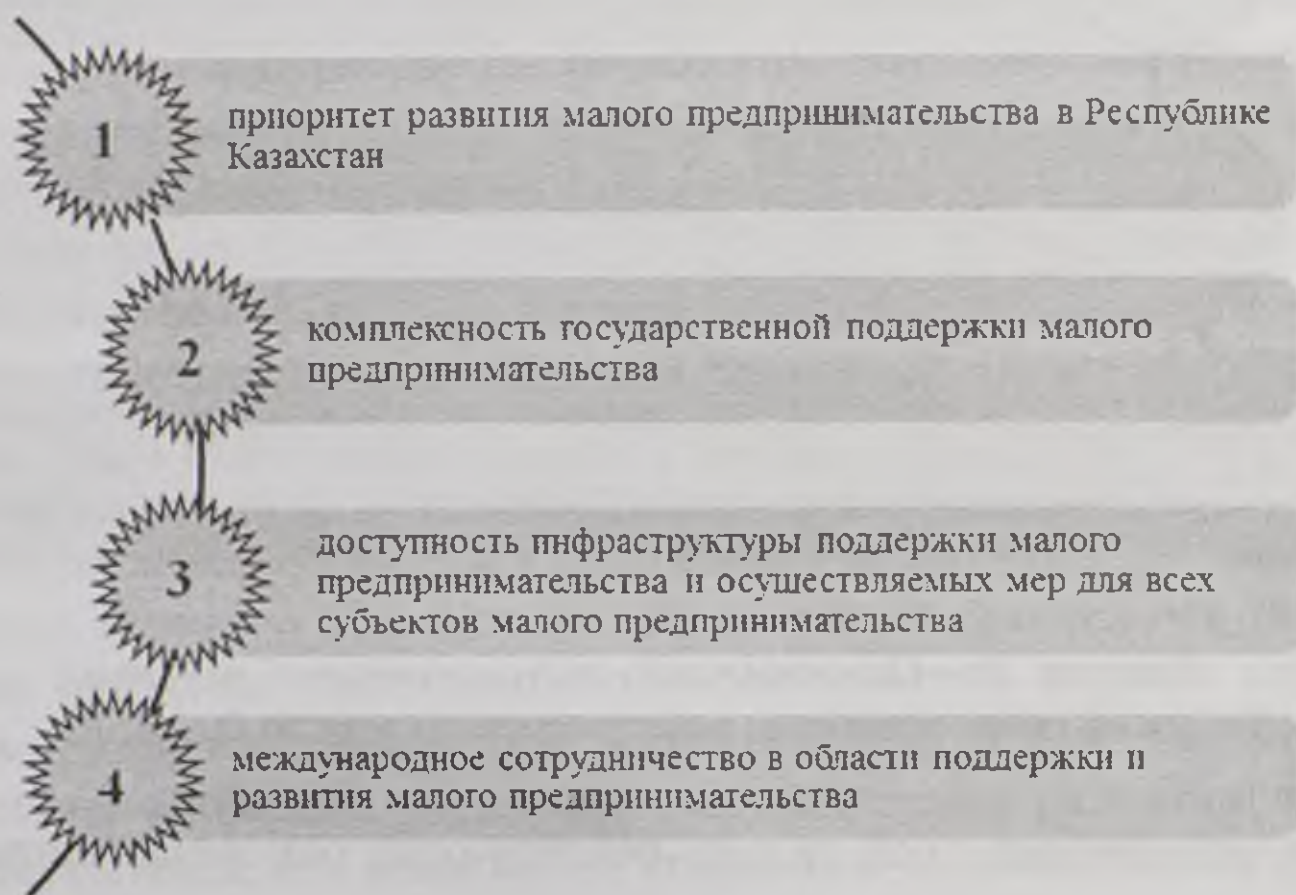


Рисунок 17 – Основные принципы государственной поддержки малого предпринимательства

В целом, проводимая государственная политика в области поддержки малого и среднего предпринимательства реализуется по всем направлениям. Уже сегодня наблюдается прогресс в развитие бизнес-среды, последовательно улучшается бизнес-климат, опережая страны БИК и Восточной Европы, повышаются позиции страны в рейтингах Всемирного банка. Более того, с 2010 года Республика Казахстан возглавляет список стран, которые добились наибольших успехов в создание условий для развития предпринимательской деятельности. Благоприятный бизнес климат и экономическая стабильность стали визитной карточкой Казахстана.

Таким образом, можно сказать, что на современном этапе система государственной поддержки малого бизнеса в Республике Казахстан включает в себя ряд институтов, которые оказывают всестороннюю

поддержку данного сектора экономики. Но при этом нельзя не отметить, что темпы увеличения использования рыночных механизмов в развитии малого предпринимательства возросли.

Руководствуясь зарубежной практикой, возможно внедрение таких эффективных инструментов поддержки, как предоставление государственных гарантий при кредитовании и сохранение системы субсидирования части процентной ставки.

Благодаря реализации данных мероприятий возможно создание эффективной системы государственной поддержки и в скором времени перевод механизмов поддержки в рыночный сегмент.

Предпринимательская деятельность в Казахстане

Казахстан, как и многие другие страны, столкнулся с новыми глобальными вызовами, и ему необходимо адаптировать свою политику с целью сохранения конкурентоспособности.

Это требует разработки новой экономической модели, которая обеспечит ежегодный рост экономики на уровне 5-6% [9].

В целях обеспечения интенсивного роста экономики с опережающими темпами в 2017 году Главой государства объявлена Третья модернизация экономики, которая предусматривает формирование новой модели экономического роста, технологическую модернизацию экономики при преобладающей роли частного сектора, диверсификацию производства, продвижение несырьевого экспорта, а также непрерывное улучшение качества человеческого капитала.

Одним из приоритетов модернизации экономики является кардинальное улучшение и расширение бизнес-среды.

Сегодня МСБ формирует 25% добавленной стоимости и обеспечивает занятость 37% населения в Казахстане, в то время как в большинстве стран ОЭСР данные показатели составляют 57% и 60-70% соответственно. При этом, большинство (60%) предприятий малого и среднего бизнеса функционируют в секторах, производящих товары и услуги с низкой добавленной стоимостью.

Малый бизнес активно расширяется в РК, однако качество развития значительно отстает от общемировых показателей. МСБ формирует 25,6% ВВП РК (среднемировой уровень – 63%)

Малый бизнес в Казахстане генерирует 25,6% ВВП, а доля занятых в МСБ составляет 36% республиканского рынка труда.

В масштабах национальной экономики популярность предпринимательства в РК увеличивается, однако темпы активности достаточно малы – уровни предпринимательской активности в РК в два раза ниже средней мировой величины (63% в ВВП и 47% от числа занятых).

Среди регионов наибольшее влияние МСБ в формировании валового регионального продукта наблюдается в Астане – 46% ВРП, ЗКО (40%) и в Алматы (29%) (рисунок 18) [9].

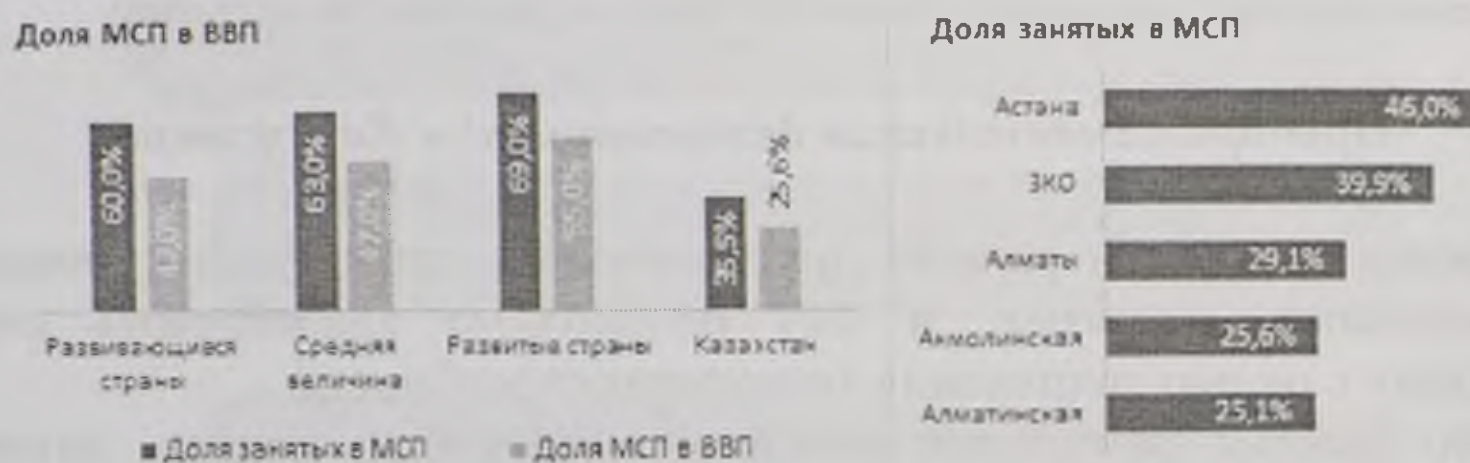


Рисунок 18 – Влияние МСБ в формировании валового регионального продукта

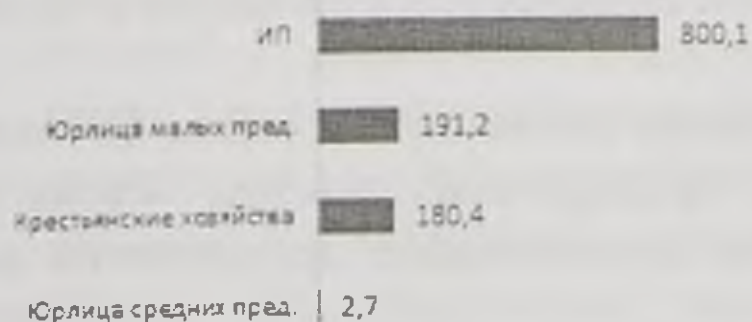
В структуре МСБ наблюдается традиционное доминирование субъектов индивидуального предпринимательства, занятых в торговой деятельности и сферах, не требующих высокой квалификации. В то же время мировым трендом считается переход к производству продукции с высокой добавленной стоимостью, внедрению механизмов инновационного, эффективного производства («Казахстан-2050»).

На конец января 2017 года в РК действуют 800 тыс. ИП, что составляет 68% МСБ. За год их количество сократилось на 15%. Почти половина (47%) ИП заняты в торговле.

Как отмечает Азиатский Банк Развития, индивидуальное предпринимательство в РК демонстрирует низкую продуктивность. Годовой объем производства на одного работника в ИП составляет \$3 тыс., в то время как в малых и средних предприятиях – \$27 тыс.

Количество малых предприятий (юридических лиц) за год увеличилось на 8% и составило 191 тыс. ед. Большая часть малого предпринимательства сконцентрирована в секторах торговли – 30% и строительстве – 16% (рисунок 19).

Количество МСП на 2017/01 (тыс. ед.)



Численность занятых (млн чел.)



Рисунок 19 – Количество малых предприятий

С 2015 года наблюдается активный рост кредитования МСБ. Число выданных банками кредитов увеличилось в 2,3 раза с 2014 года. По сравнению с январем прошлого года объем кредитов увеличился на 29% и составил 3 трлн тенге.

Однако, по данным АБР, только 19% МСП получают кредиты, в то время как остальные рефинансируют доход или берут займы из других источников. Это связано с тем, что большинство предприятий имеют плохую кредитную историю или не имеют нужных документов.

Направление кредитов отражает основные виды деятельности предприятий: торговля (37%), строительство (13%), промышленность (13%) и другие отрасли, не связанные с основными секторами экономики (24%) (рисунок 20) [9].

Кредиты банков субъектам малого предпринимательства (трлн тг)



Структура кредитования по секторам на 2017/01

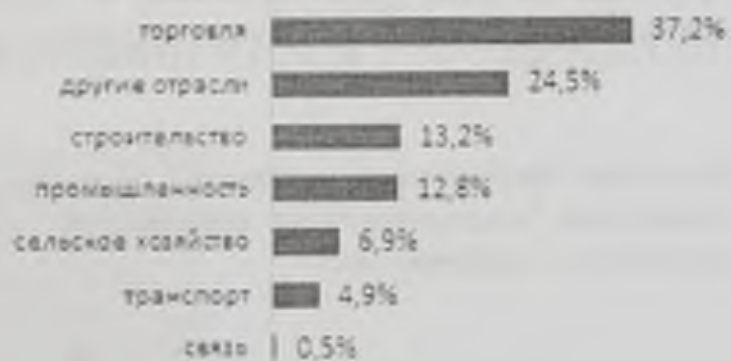


Рисунок 20 – Структура кредитования

Помимо хорошо известных госпрограмм, также на развитие МСБ с 2015 по 2017 год активно привлекались займы у МФО сроком до 2020 года. В этом году начата реализация третьего транша в \$200 млн. по проекту АБР.

Проект нацелен на увеличение доступности финансирования МСБ, и более чем на 20% увеличение количества заемщиков и число выданных кредитов к 2020 году.

Он также включает в себя гендерную политику: не менее \$50 млн. пойдет на кредитование женского предпринимательства. Также не менее \$120 млн. будет выделено на кредитование предприятий вне Алматы и Астаны.

Всемирный Банк (МБРР) в этом году выделит еще \$9,24 млн. по проекту конкурентоспособности МСП. Цель проекта – укрепить правительственные программы и повысить компетентность МСП.

На данный момент разрабатывается программа развития поставщиков, роль которой будет заключаться в увеличении рыночных связей для МСП с крупными местными и многонациональными корпорациями в нефтегазовом, железнодорожном и металлургическом секторах.

В рамках проекта коллективу специалистов КИРИ будут предоставлены современные рыночные инструменты для развития кластеров, включая программы обучения и оснащения по ГПИИР 2.

Также будут разработаны онлайн-платформы для покупки счетов-фактур и проверки дебиторской задолженности МСП, которая также увеличит доступ к финансированию предпринимателей.

К концу проекта планируется увеличить число «аккредитованных поставщиков» для крупных компаний – с нуля – в 2015 году и до 200-к 2019 году. Процент МСП, участвующих в повышении эффективности управления и деловой практики увеличится: с 5% в 2015 году до 75% к 2019 (рисунок 21) [10].

Количество МСП, которые находятся в процессе становления «аккредитованных поставщиков» для крупных компаний (ед.)



Процент МСП, участвующих в повышении эффективности управления и деловой практики



Рисунок 21 – МСП, участвующих в повышении эффективности управления и деловой практики

Правительство Казахстана ставит перед собой цель – удвоить долю МСП в ВВП к 2030 году (до 36% от базового уровня, равного 17,5% ВВП на конец 2011 года) и до 50% ВВП к 2050 году.

В 2017 году правительство запустило несколько важных реформ, направленных на улучшение бизнес среды в стране.

Во-первых, правовые, экономические и социальные условия и гарантии, обеспечивающие свободу предпринимательства, систематизированы в Предпринимательском кодексе РК.

В документе закреплены принципы стимулирования социальной ответственности предпринимательства, ограниченного участия государства в предпринимательской деятельности, развитие саморегулирования в сфере предпринимательства, взаимной ответственности субъектов предпринимательства и государства.

Во-вторых, Национальная палата предпринимателей «Атамекен» повысила свою роль в разработке политики: участие представителей от бизнеса в предварительном рассмотрении нормативных актов является обязательным условием, а половину участников политических консультативных органов должны составлять представители бизнес-сообщества.

В-третьих, в целях развития предпринимательского потенциала оказывается комплексная поддержка бизнеса по программе «Дорожная карта бизнеса-2020» в рамках четырех направлений, представленных на рисунке 22.

В-четвертых, правительство продолжает снижать административные барьеры и чрезмерную законодательную нагрузку на бизнес с целью создания благоприятного бизнес-климата в Казахстане.

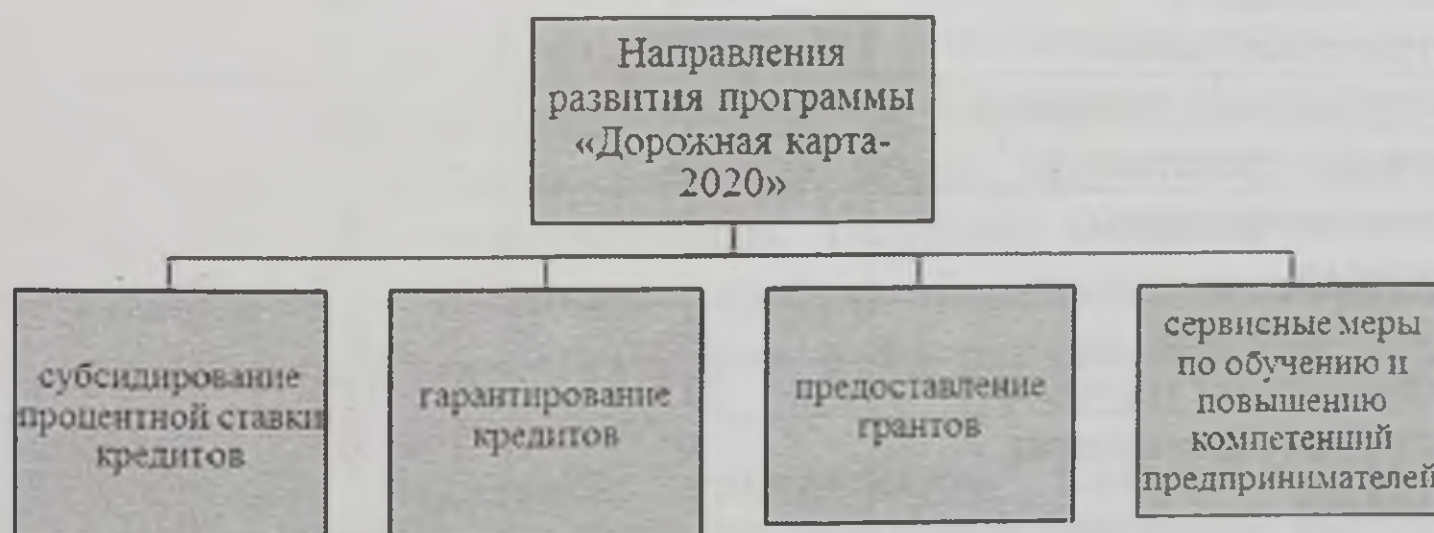


Рисунок 22 – Основные направления развития программы «Дорожная карта – 2020»

Например, правительство разрабатывает новый Налоговый кодекс, который включает стандарты, направленные на сокращение количества проверок и упрощение процесса управления МСБ. Кроме того, Правительством активно ведется практическая реализация политики разгосударствления и приватизации государственных активов.

Комплексный план приватизации, который планируется завершить к концу 2018 года, реализуется с целью достижения поставленной цели снижения государственного участия в экономике до 15% в ВВП, что соответствует уровню стран ОЭСР.

В рамках снижения роли государственного регулирования предпринимательства в прошлом году был принят Закон о саморегулировании, который дал возможность субъектам предпринимательства самостоятельно определять правила на рынке путем непосредственного участия в регулировании некоторых видов отраслей.

Казахстан занял 36 место в рейтинге Всемирного банка «Doing Business 2018», опубликованном 31 октября 2017 года, что показало снижение на 1 позицию по сравнению с прошлым годом (таблица 2).

Таблица 2 – Казахстан в рейтинге Всемирного Банка «Doing Business»

Показатели	Рейтинг 2017	Рейтинг 2018	Ухудшения/ Улучшения
Открытие предприятий	45	36	+9
Получение разрешений на строительство	22	41	-19
Присоединение к электрическим сетям	75	70	+5
Регистрация собственности	18	17	+1
Получение кредитов	75	77	-2
Защита миноритарных инвесторов	3	1	+2
Налогообложение	60	50	+10
Международная торговля	119	123	-4
Обеспечение исполнения контрактов	9	9	-
Разрешение неплатежеспособности	37	39	-2

В 2018 году место Казахстана в рейтинге находится рядом с Китаем (34), Россией (35), Словенией (37) и Беларусью (38). Казахстан превосходит по своим показателям Венгрию (48), Бельгию (52) и Италию (46). Казахстан разработал кадастровые планы, доступные для общественности посредством сайта электронного правительства, ввел законодательство, стимулирующее транспарентность, внес уточнения в законы о корпоративном управлении, снизил таможенные расходы и упростил процедуру таможенной очистки [10].

В целом, экспертами Всемирного Банка отмечаются реформы Правительства РК, учтенные Группой Всемирного Банка, по следующим направлениям, представленными на рисунке 23.

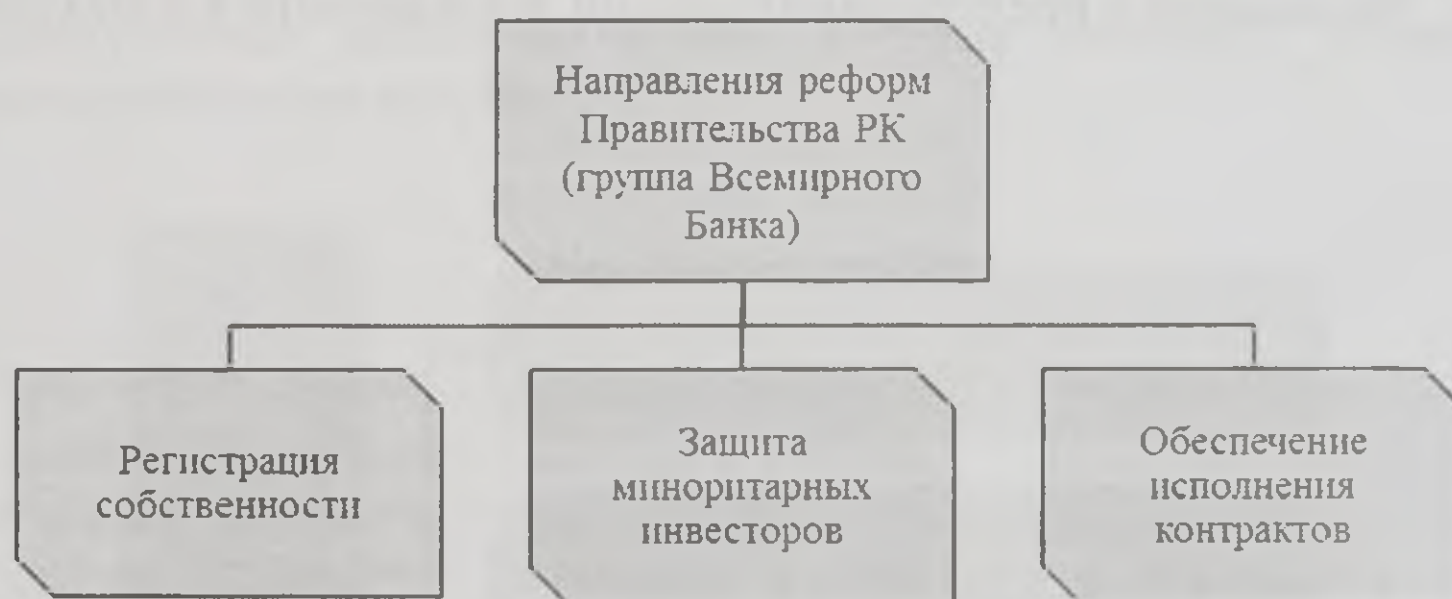


Рисунок 23 – Направления реформирования предпринимательства РК (группа Всемирного Банка)

Регистрация собственности. Казахстан облегчил передачу собственности путем улучшения прозрачности и механизмов разрешения споров в системе управления земельными ресурсами.

Защита миноритарных инвесторов. Казахстан усилил защиту миноритарных инвесторов, увеличив права акционеров и роль в принятии крупных корпоративных решений, уточнив структуру собственности и контроля, требуя большей корпоративной прозрачности и расширяя доступ к корпоративной информации в ходе судебного разбирательства.

Обеспечение исполнения контрактов. Казахстан упростил исполнение контрактов путем введения дополнительных временных стандартов для ключевых судебных процессов, которые соблюдаются в большинстве случаев.

Контрольные вопросы

1. Перечислите основные цели государственной политики в области развития казахстанского малого бизнеса.
2. Каковы основные задачи государственной политики в области поддержки малого предпринимательства в Республике Казахстан?
3. Какие вы знаете основные направления государственной политики в области поддержки малого предпринимательства в Республике Казахстан?
4. Назовите основные принципы государственной поддержки малого предпринимательства в Казахстане.
5. Расскажите о предпринимательской деятельности в Казахстане.

Тема 4. Порядок регистрации предпринимательской деятельности. Технология проведения маркетингового исследования

Согласно ст.35 Предпринимательского Кодекса Республики Казахстан *государственная регистрация* физических лиц, осуществляющих частное предпринимательство без образования юридического лица, заключается в постановке на учет в качестве индивидуального предпринимателя в органе государственных доходов по месту нахождения, заявленному при государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя [11].

Обязательной государственной регистрации подлежат индивидуальные предприниматели, которые отвечают условиям, представленным на рисунке 24.

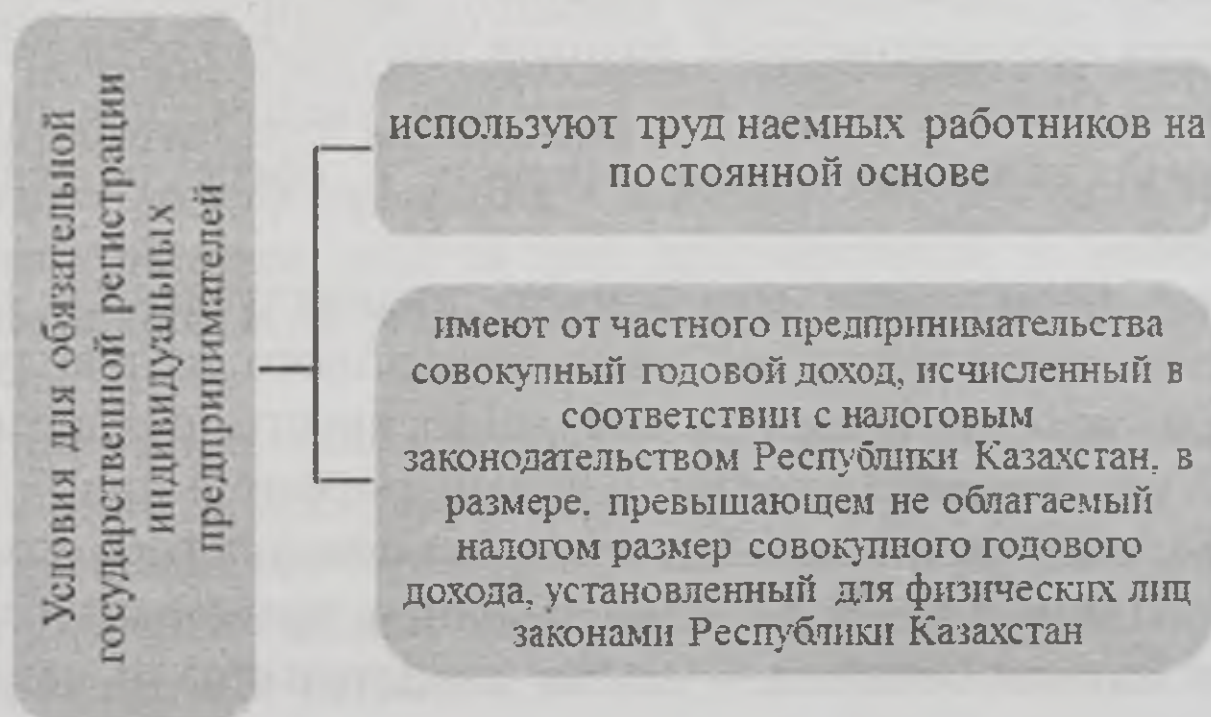


Рисунок 24 – Условия для обязательной государственной регистрации индивидуальных предпринимателей

Физическое лицо, не использующее труд работников на постоянной основе, **вправе не регистрироваться** в качестве индивидуального предпринимателя при получении следующих доходов, установленных налоговым законодательством Республики Казахстан (рисунок 25).

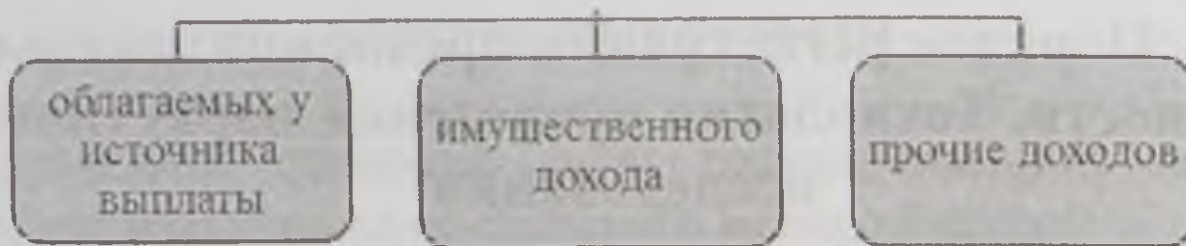


Рисунок 25 – Виды доходов, установленные налоговым законодательством РК, позволяющие не регистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя

Регистрация ИП с 2017 года перешла на уведомительный порядок. В Предпринимательском Кодексе Республики Казахстан исключена ст.37, и теперь индивидуальному предпринимателю не обязательно иметь свидетельство о госрегистрации в качестве ИП [11].

Для государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (совместного индивидуального предпринимательства) физическое лицо (уполномоченное лицо совместного индивидуального предпринимательства) представляет непосредственно в орган государственных доходов или через Государственную корпорацию «Правительство для граждан» уведомление по форме, утвержденной уполномоченным органом в сфере разрешений и уведомлений.

В случае регистрации совместного индивидуального предпринимательства уполномоченное лицо совместного индивидуального предпринимательства предоставляет доверенность, подписанную от имени всех участников совместного предпринимательства.

В случае, если заявитель не достиг совершеннолетнего возраста, к уведомлению прилагается согласие законных представителей, а при отсутствии такого согласия – копия свидетельства о заключении брака (супружества) либо решение органа опеки и попечительства или решение суда об объявлении несовершеннолетнего полностью дееспособным.

Лица, включенные в перечень организаций и лиц, связанных с финансированием терроризма и экстремизма, в соответствии с законодательством Республики Казахстан не вправе подавать уведомление.

Орган государственных доходов в течение одного рабочего дня со дня представления физическим лицом документов, производит государственную регистрацию индивидуального предпринимателя (совместного индивидуального предпринимательства).

При изменении данных, указанных в уведомлении, индивидуальный предприниматель обязан сообщить о таких изменениях в орган государственных доходов по форме, установленной этим органом.

Уведомление представляется в электронной форме посредством веб-портала «электронного правительства» либо в явочном порядке на бумажном носителе.

Деятельность индивидуального предпринимателя может быть прекращена в добровольном либо принудительном порядке, а также в случае наступления обстоятельств, предусмотренных Предпринимательским Кодексом Республики Казахстан.

В добровольном порядке деятельность индивидуального предпринимателя прекращается в любое время на основании решения, принятого самостоятельно индивидуальным предпринимателем при личном предпринимательстве, всеми участниками совместно – при совместном предпринимательстве.

В этом случае индивидуальный предприниматель представляет в орган государственных доходов заявление о прекращении предпринимательской деятельности.

Решение о прекращении совместного предпринимательства считается принятым, если за него проголосовало не менее половины его участников, если иное не предусмотрено соглашением между ними.

В принудительном порядке деятельность индивидуального предпринимателя прекращается по решению суда:

- 1) признания его банкротом;
- 2) признания недействительной регистрации ИП в связи с допущенными при регистрации нарушениями законодательства РК, которые носят неустранимый характер;
- 3) осуществления деятельности с неоднократными в течение календарного года или грубыми нарушениями законодательства РК;
- 4) объявления его умершим;
- 5) включения его в перечень организаций и лиц, связанных с финансированием терроризма и экстремизма, в соответствии с законодательством Республики Казахстан;
- 6) признания его безвестно отсутствующим.

Деятельность индивидуального предпринимателя, помимо оснований, предусмотренных настоящей статьей, прекращается также в следующих случаях:

1) личного предпринимательства при признании индивидуального предпринимателя недееспособным, ограниченно дееспособным или его смерти;

2) семейного предпринимательства и простого товарищества, если в результате наступления обстоятельств, перечисленных в подпункте 1) настоящего пункта, остался один или не осталось ни одного участника совместного предпринимательства, а также при разделе имущества в связи с расторжением брака;

3) установленных налоговым законодательством Республики Казахстан, предусматривающих прекращение деятельности в упрощенном порядке.

Деятельность индивидуального предпринимателя считается прекращенной с момента снятия с регистрационного учета в качестве индивидуального предпринимателя в органе государственных доходов на основании его заявления либо решения суда.

Индивидуальный предприниматель признается снятым с регистрационного учета в качестве индивидуального предпринимателя в регистрирующем органе со дня размещения этой информации на интернет-ресурсе уполномоченного органа, осуществляющего руководство в сфере обеспечения поступления налогов и других обязательных платежей в бюджет.

Технология проведения маркетингового исследования

Маркетинговые исследования представляют собой сбор, обработку и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Исследованиям подвергаются рынок, конкуренты, потребители, цены, внутренний потенциал предприятия. Исследование рынка предполагает выяснение его состояния тенденций развития, что может помочь выявить недостатки сегодняшнего положения на рынке и подсказать возможности и пути его улучшения, но это только часть проблем, определяющих содержание маркетинговых исследований в целом.

Все маркетинговые исследования осуществляются с двух позиций: оценка тех или иных маркетинговых параметров для данного момента времени и прогнозирование их значений в будущем.

Как правило, прогнозные оценки используются при разработке как целей и стратегий развития организации в целом, так и ее маркетинговой деятельности. Предприятие, которое заказало проведение маркетингового исследования или проводит его самостоятельно, должно получить информацию относительно того, что продавать и кому, а также о том, как продавать и как стимулировать продажи, что имеет решающее значение в условиях конкуренции.

Результаты исследования могут предопределить изменение целей деятельности компании.

На рисунке 26 представлены основные этапы проведения маркетингового исследования.

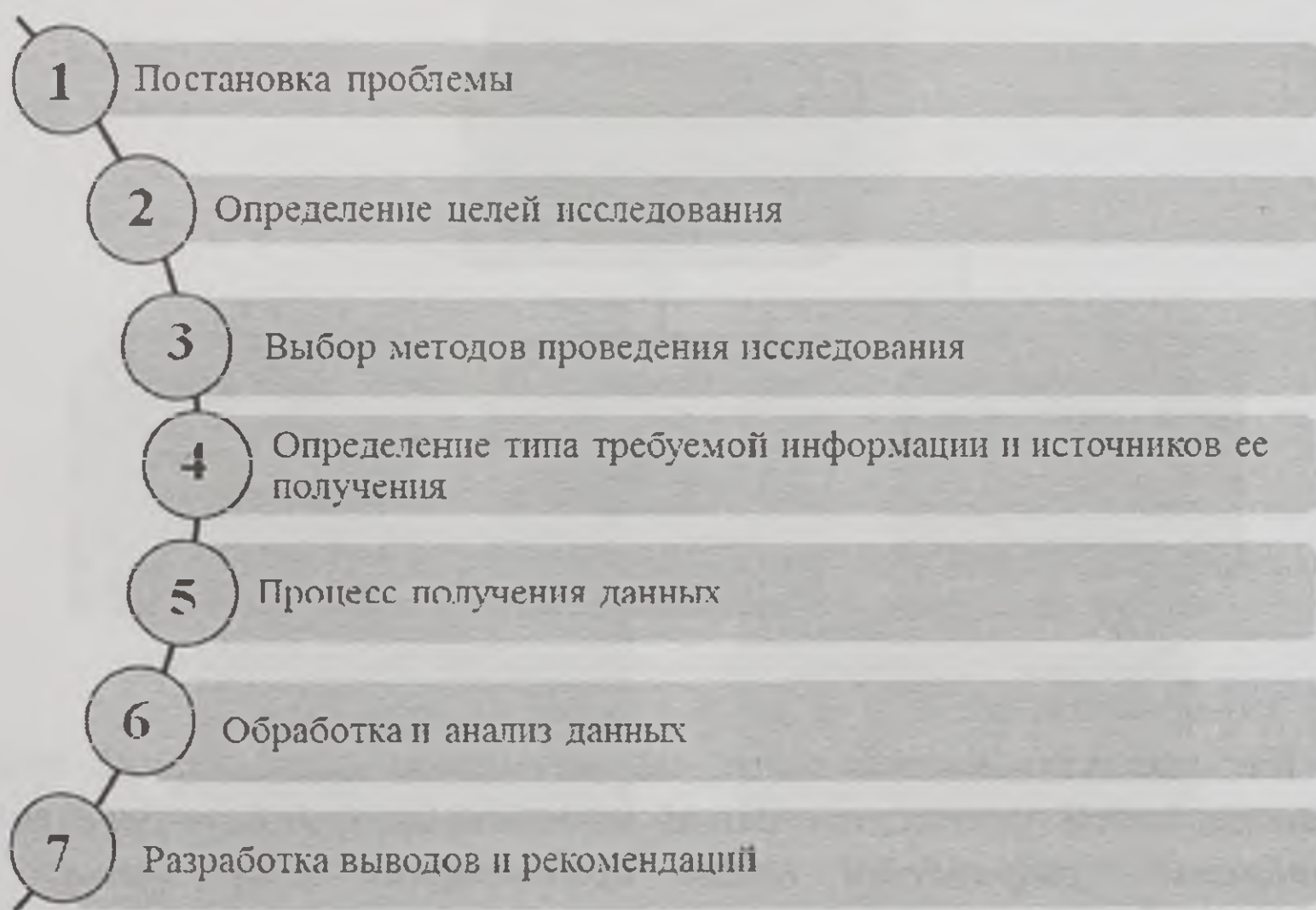


Рисунок 26 – Основные этапы проведения маркетингового исследования

Цель маркетингового исследования всегда зависит от фактически сложившейся рыночной ситуации. Она вытекает из стратегических установок маркетинговой деятельности предприятия и направлена на снижение уровня неопределенности в принятии управленческих решений.

Маркетинговые исследования всегда направлены на определение и решение какой-либо конкретной задачи. Ясное, четкое изложение проблемы является ключом к проведению успешного маркетингового исследования.

Цели маркетинговых исследований вытекают из выявленных проблем, достижение этих целей позволяет получить информацию, необходимую для решения этих проблем. Они характеризуют тот недостаток информации, который должен быть ликвидирован для предоставления руководителям возможности решать маркетинговые проблемы.

Исходя из этого, цели маркетингового исследования могут носить следующий характер (рисунок 27).

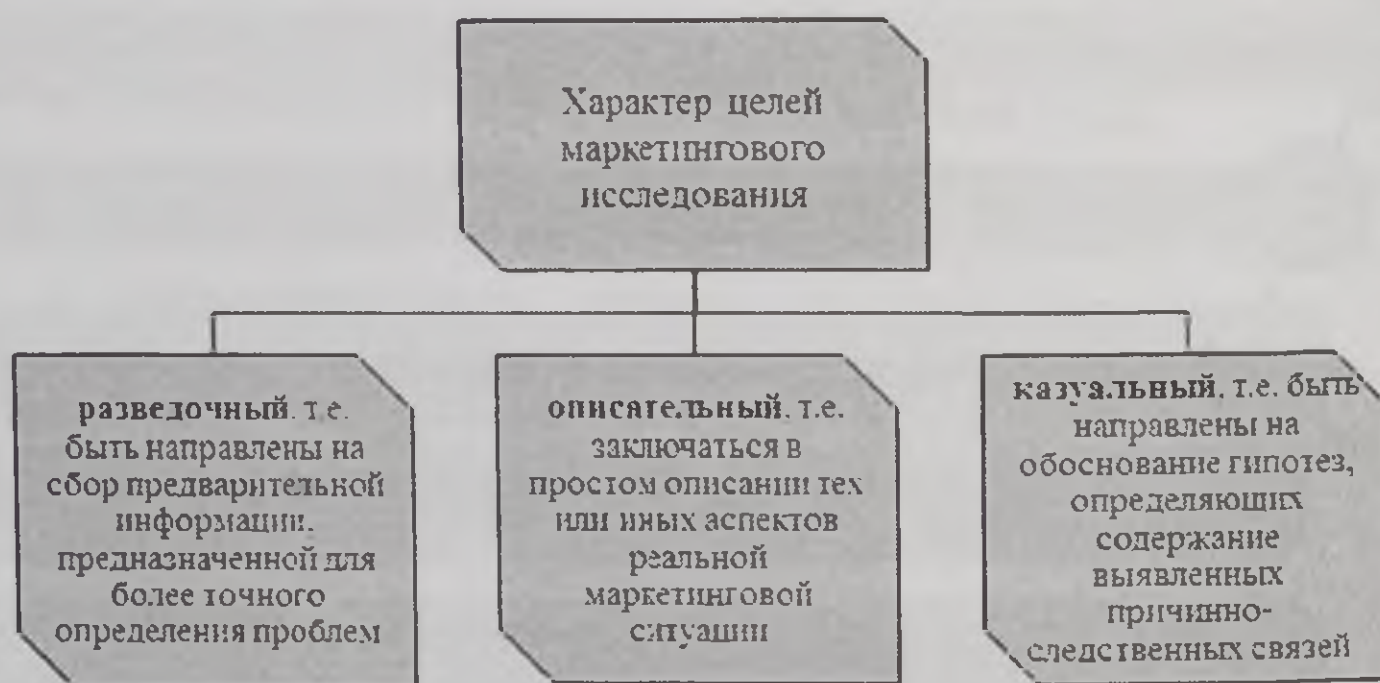


Рисунок 27 – Характер целей маркетингового исследования

Как уже указывалось выше, маркетинговое исследование представляет собой процесс, состоящий из основных этапов: *определение проблемы – разработка плана исследования – сбор данных – анализ собранных данных – подготовка и презентация отчета.*

На первом этапе необходимо четко определить проблему и согласовать цели исследования. Определение проблемы является одним из наиболее ответственных этапов всего исследовательского процесса, потому что, как гласит старинная поговорка, «хорошо определенная проблема – наполовину решенная проблема».

Существуют три основных источника маркетинговых проблем: непредвиденные изменения, спланированные изменения, интуитивная прозорливость в форме новых идей.

На втором этапе разрабатывается план исследования, который содержит: выбор метода проведения маркетингового исследования; определение типа требуемой информации и методов сбора необходимых данных; разработку форм для сбора данных; формирование выборочного плана и определение объема выборки.

Начальным этапом разработки плана является выбор метода проведения маркетингового исследования, который определяется в зависимости от направления исследования, целей исследования и ресурсных возможностей предприятия.

С наиболее общей точки зрения план исследования можно разделить на поисковый и итоговый (рисунок 28).

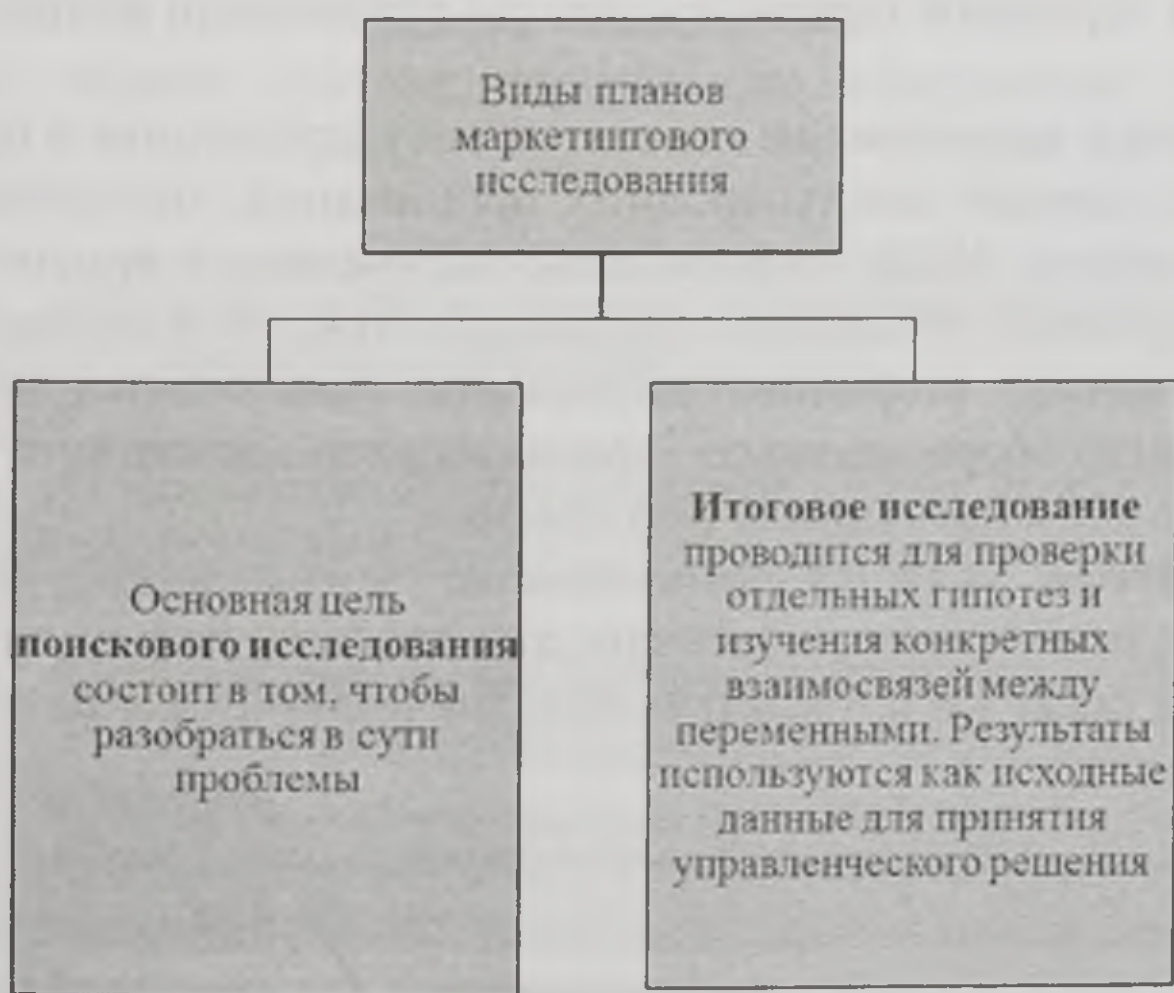


Рисунок 28 – Виды планов маркетингового исследования

Далее следует определить тип требуемой информации и источники ее получения. Обычно при проведении маркетинговых исследований используется информация, полученная на основе первичных и вторичных данных.

Вторичные данные – это уже где-то существующая информация, собранная ранее для других целей. Сбор вторичных данных носит название кабинетных исследований. Виды источников вторичной информации представлены на рисунке 29.

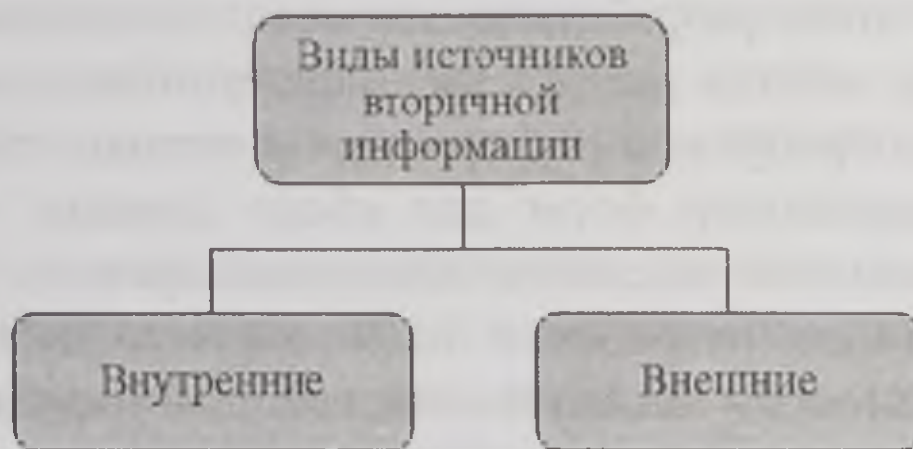


Рисунок 29 – Виды источников вторичной информации

К **внутренним источникам** относятся: бухгалтерские отчеты, внутренняя статистика, материалы ранее проведенных исследований, сообщения торгового персонала, обзоры рекламаций потребителей и другое.

К **внешним источникам** относятся: государственная и отраслевая статистика, данные международных организаций, материалы периодической печати, НИИ, информация, полученная с ярмарок, выставок, конференций, публикации рекламных агентств и другое.

Преимущество вторичной информации заключается в меньшей трудоемкости сбора данных, сравнительной дешевизне и более легком доступе к источникам информации.

Недостатком является запаздывание информации, что может привести к получению устаревших данных, отсутствие гарантии, их точности, а также несоответствие методик получения данных.

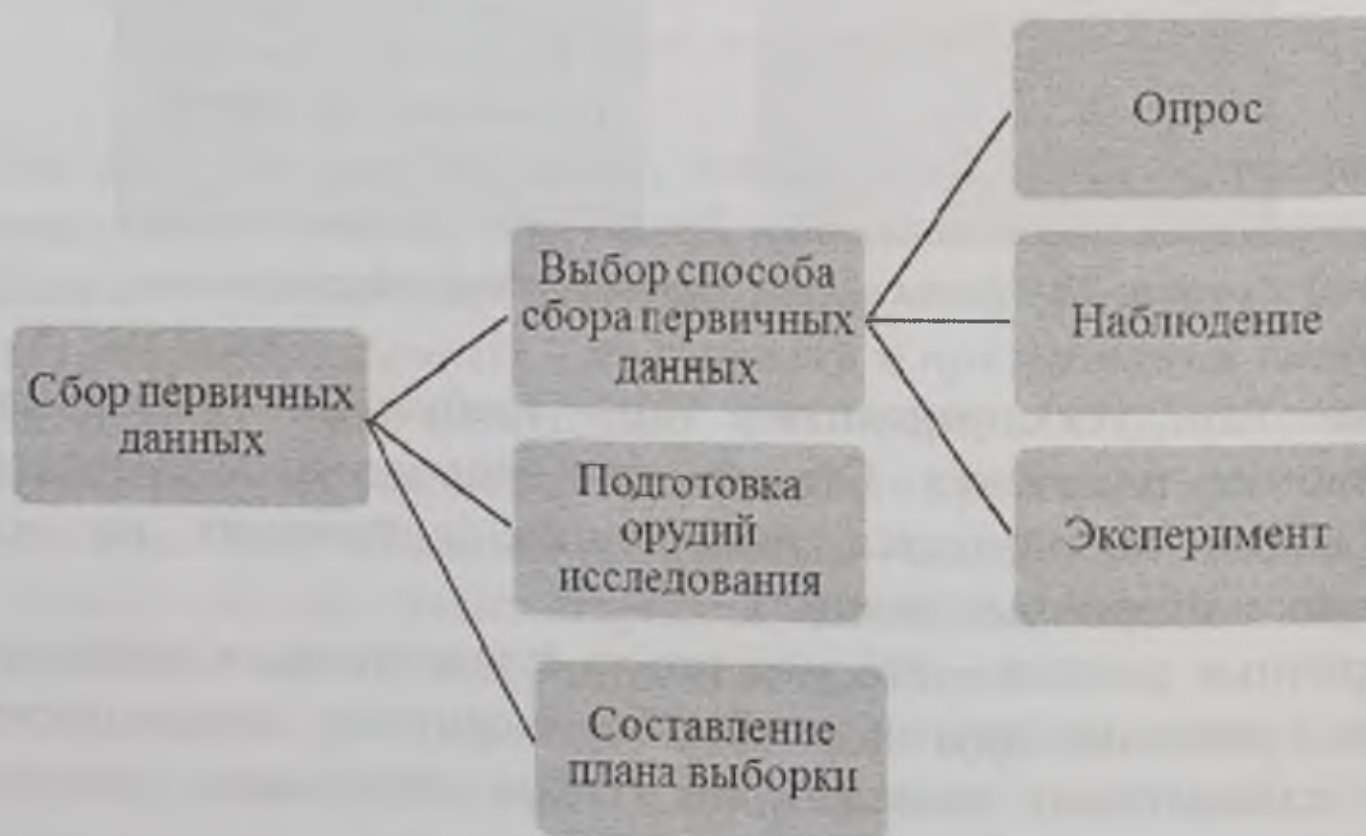


Рисунок 30 – Сбор первичных данных

Первичные данные – информация, которая собрана впервые для какой-либо конкретной цели. Сбор первичных данных носит название метода полевых исследований. Сбор первичных данных представлен на рисунке 30.

Таким образом, логическим продолжением плана является определение способа сбора необходимых данных.

Выбор конкретного способа зависит от цели, исследуемого признака и носителя этого признака (человек, предмет).

Опрос заключается в сборе первичной информации путем прямого задавания людям вопросов относительно уровня их знаний, отношений к товару, предпочтений и покупательского поведения.

Опрос – самый распространенный способ сбора информации, на него приходится около 90% всех исследований.

Опросы можно классифицировать по следующим признакам (рисунок 31).

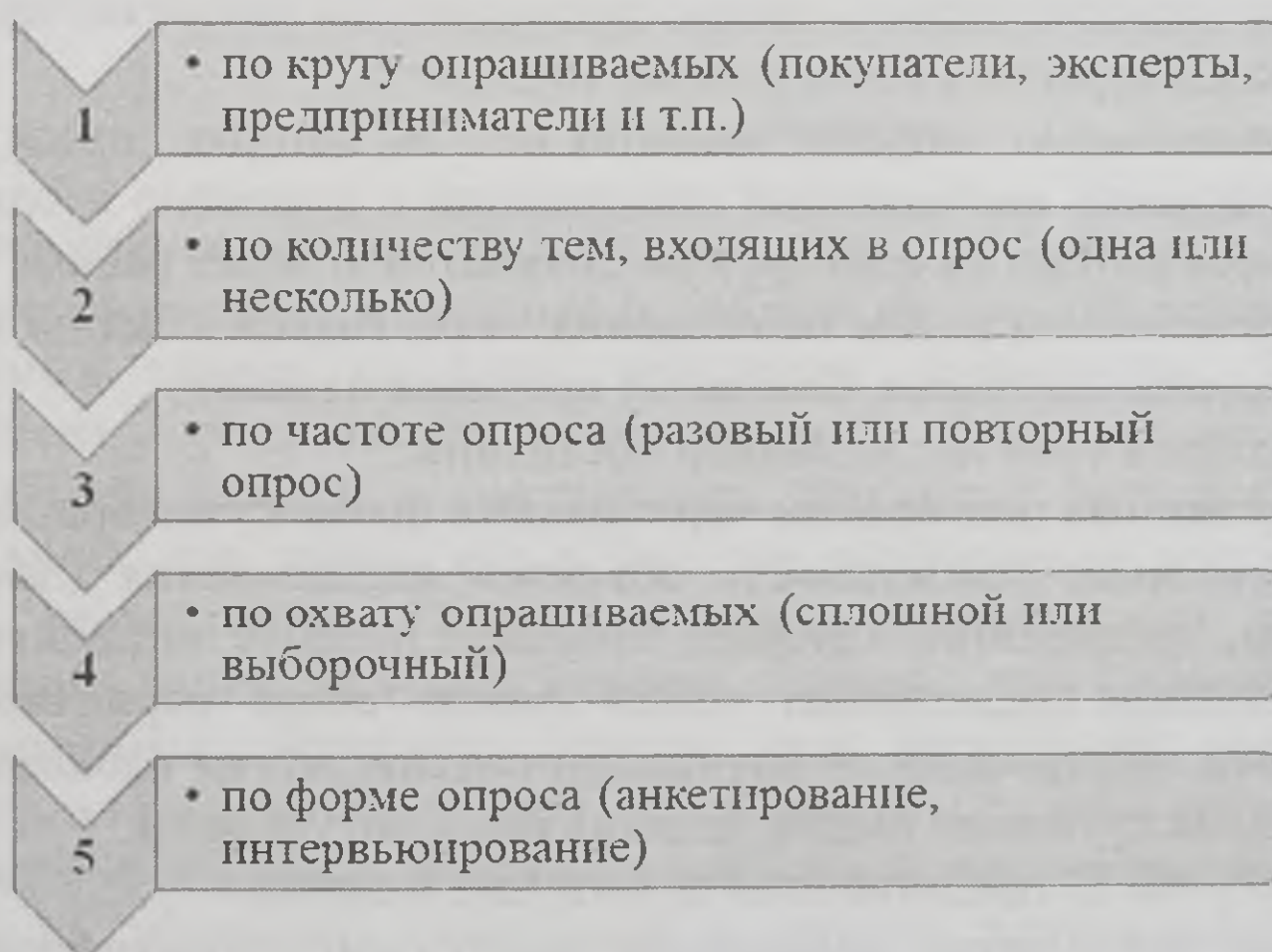


Рисунок 31 – Признаки классификации опроса

При **анкетировании** опрашиваемые (респонденты) получают опросные листы, которые самостоятельно заполняют, письменно отвечая на вопросы в присутствии исследователя, осуществляющего опрос, или без него. Письменные опросы подразделяются на следующие виды, представленные на рисунке 32.

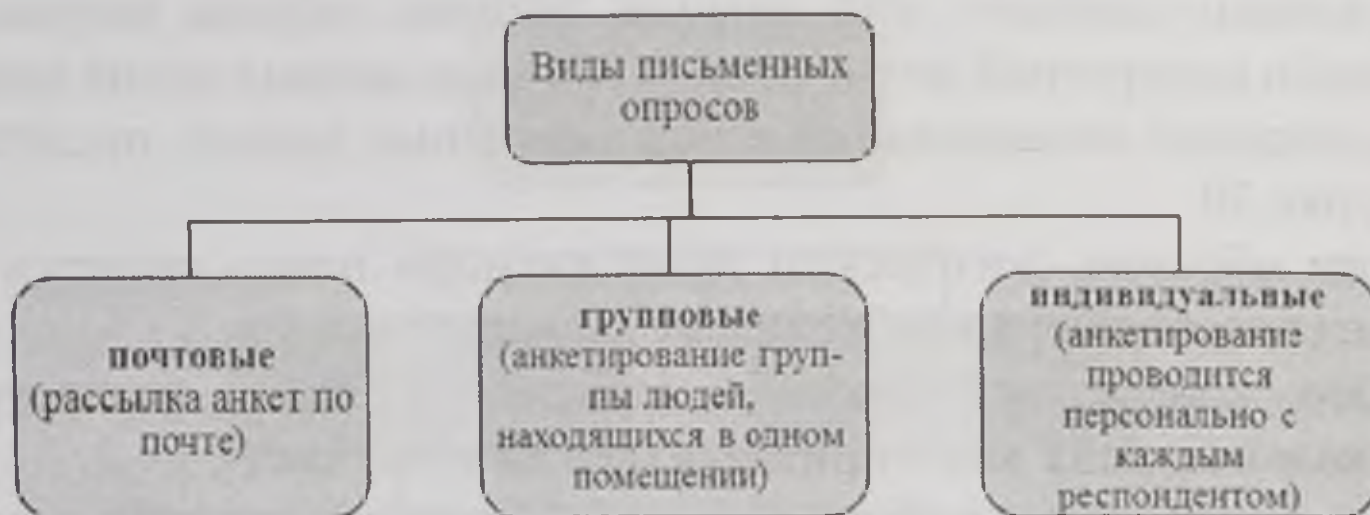


Рисунок 32 – Виды письменных опросов

Интервьюирование предполагает личное общение с опрашиваемым, при котором интервьюер сам задает вопросы и фиксирует ответы. По форме проведения оно может быть прямым (личным) и опосредованным (например, по телефону).

Таким образом, опросы можно проводить по почте, по телефону, лично, по электронной почте и через Интернет.

Разновидностью опроса является панель, которая представляет собой получение необходимой информации с помощью неоднократного опроса интересующей группы покупателей через равные промежутки времени или путем наблюдения за развитием сбыта в определенной группе магазинов. Основные признаки панели:

- предмет и тема исследования постоянны;
- сбор данных повторяется через равные промежутки времени;
- постоянная совокупность объектов исследования (домашние хозяйства, предприятия торговли, производственные потребители).

Наблюдение представляет собой способ сбора первичной маркетинговой информации об изучаемом объекте путем наблюдения за выбранными группами людей, действиями и ситуациями.

На рисунке 33 представлены формы наблюдения.

Так же, как и опрос, наблюдение имеет свои преимущества и недостатки.

Преимуществами наблюдения является возможность: обеспечить более высокую объективность; восприятия неосознанного поведения покупателей; учета окружающей ситуации. **Недостатками** являются: субъективность восприятия наблюдающего; неестественное поведение объектов наблюдения, если оно проводится в открытой форме.

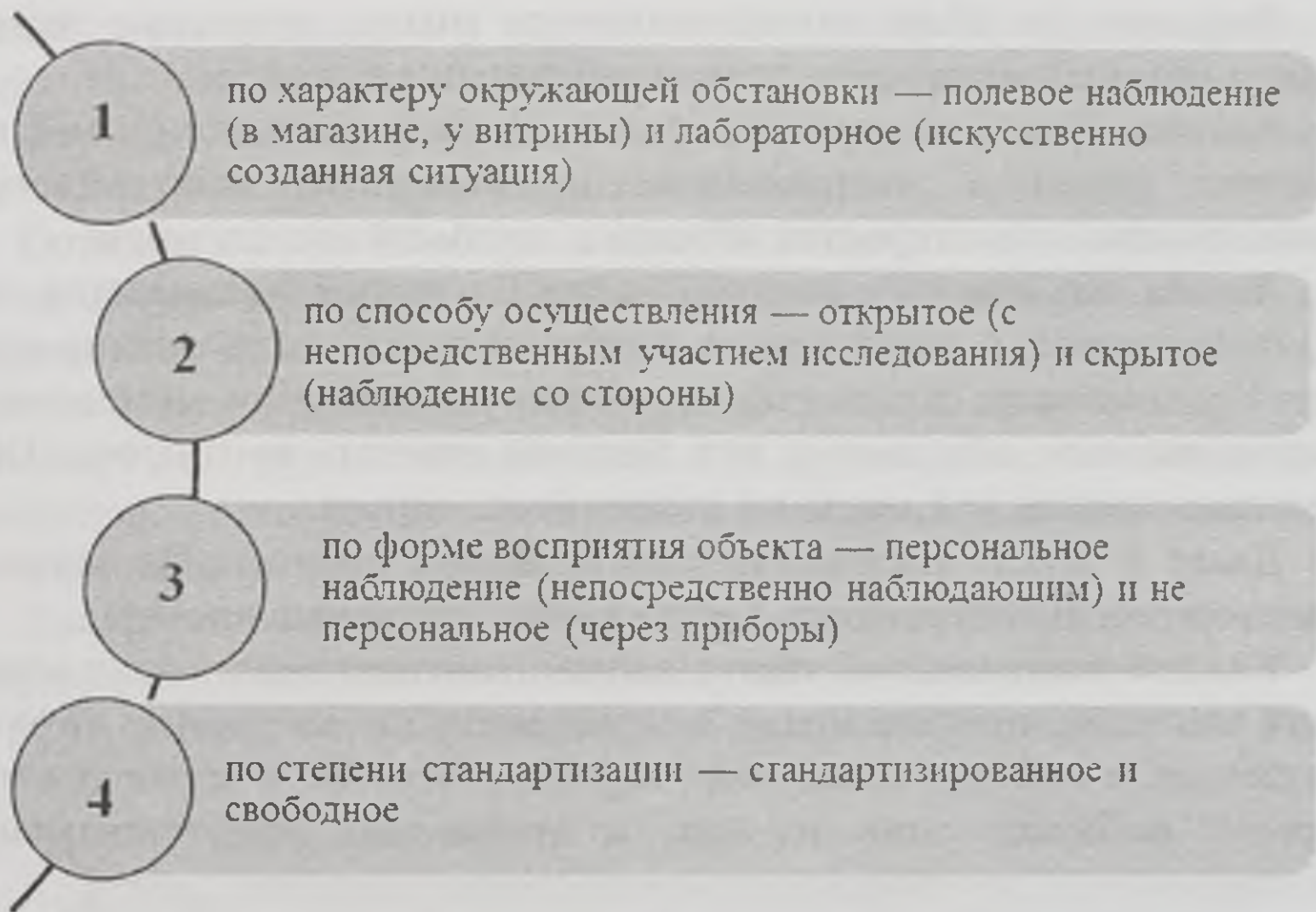


Рисунок 33 – Формы наблюдения

Экспериментом называется исследование, при котором должно быть установлено, как изменение одной или нескольких независимых переменных влияет на одну зависимую переменную. Поэтому эксперимент предполагает наличие двух сопоставимых групп исследований: пробных и контрольных. Это могут быть два города, два магазина, два товара и т.д. или две подобранные тестируемые группы потребителей. Целью подобного исследования является определение причинно-следственных связей при изменении в контролируемых условиях одного или нескольких факторов, например, элементов маркетинга. Эксперименты с одной переменной предполагают изучение влияния изменения одного маркетингового фактора на сбытовую, рекламную и другую деятельность предприятия (например, влияние цвета упаковки на сбыт товара).

Эксперименты с несколькими переменными предполагают изучение зависимости изменений результатов деятельности предприятия от взаимодействия и взаимосвязи нескольких маркетинговых факторов.

Следующим этапом плана является разработка форм для сбора данных.

Формами для сбора данных являются анкеты (опросные листы), листы (формы) записи результатов наблюдения и другое.

Анкета – это объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета исследования.

Анкета начинается с вводной части, в которой указывается, кто проводит опрос; с какой целью; дается инструкция заполнения анкеты. Вводная часть должна подчеркивать уважительное отношение к опрашиваемым, создавать у них желание отвечать на вопросы. Обязательно следует указывать на анонимность опроса.

Далее в анкете располагаются контактные вопросы. Их задача – заинтересовать собеседника, ввести в курс изучаемых проблем.

Каждой поставленной задаче должен соответствовать блок основных вопросов, которые можно подразделить на: *закрытые*, которые включают в себя все возможные варианты ответов, а опрашиваемый просто выбирает один из них, и *открытые*, предоставляющие опрашиваемым возможность отвечать своими словами

Особая роль в анкете принадлежит *контрольным вопросам*. Их назначение – проверка достоверности данных. Допустим, основной вопрос такой: «Знакомы ли вы с основными способами ухода за одеждой?». Контрольный вопрос может быть следующего типа: «Какие из способов ухода за одеждой вы считаете наиболее важными?» Сопоставление ответов на эти вопросы дает информацию об искренности респондента. Необходимо подчеркнуть, что контрольный вопрос никогда не должен следовать за тем вопросом, ответ на который он контролирует. Это связано с тем, что ответ опрашиваемого на каждый последующий вопрос находится под влиянием содержания и ответа на предыдущий вопрос. При построении опросного листа следует учитывать и то обстоятельство, что самые сложные вопросы, требующие анализа, размышления, активизации памяти, помещаются в середине анкеты. К концу работы с анкетой трудность вопросов должна снижаться.

Завершают анкету заключительные вопросы. Их цель – снятие психологического напряжения у респондента (например: «Не утомила ли вас наша беседа?»).

В последний раздел анкеты включают также вопросы, позволяющие определить социально-демографический портрет респондентов (пол, возраст, место жительства, социальное положение, образо-

вание, уровень доходов и т.д.). В конце анкеты обязательно следует выразить благодарность опрашиваемому за участие в исследовании.

Формирование выборочного плана и определение объема выборки – завершающий этап плана исследований.

Определив способы сбора данных, исследователи должны решить, за какой группой потребителей они будут наблюдать или кого будут опрашивать. В зависимости от вида исследования группа может быть представлена студентами, домохозяйками, школьниками и другими. Исследуемая группа потребителей или других объектов называется *генеральной совокупностью*, а часть населения, представляющая всю исследуемую *группу потребителей*, – *выборкой*.

При формировании объема выборки используются вероятностные (случайные) и невероятностные (неслучайные) методы.

К вероятностным (случайным) выборкам относятся (рисунок 34).

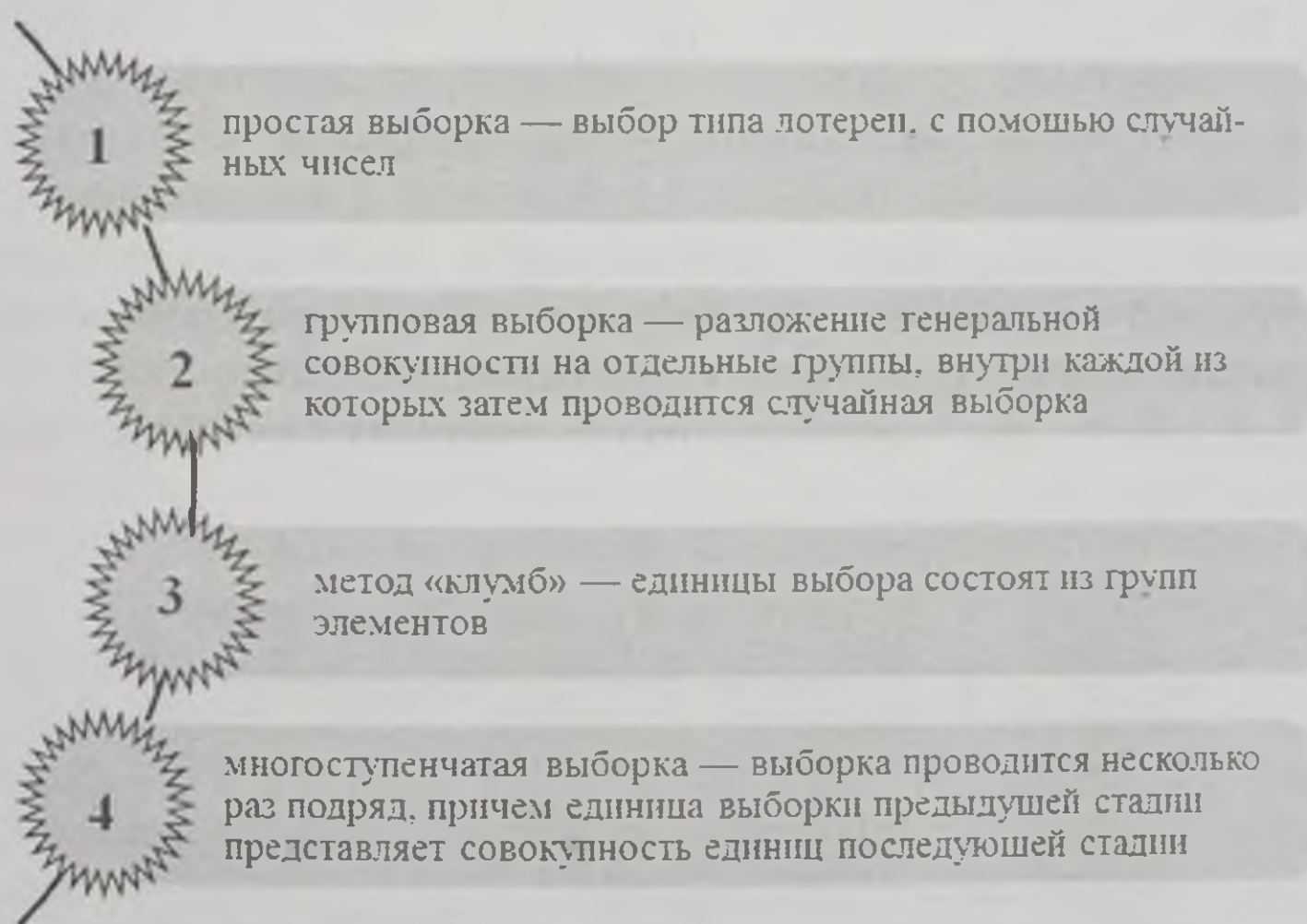


Рисунок 34 – Виды случайной выборки

На третьем этапе осуществляется непосредственно сбор данных, который обычно предполагает работу в «полевых условиях».

К невероятностным (неслучайным) выборкам относятся (рисунок 35).

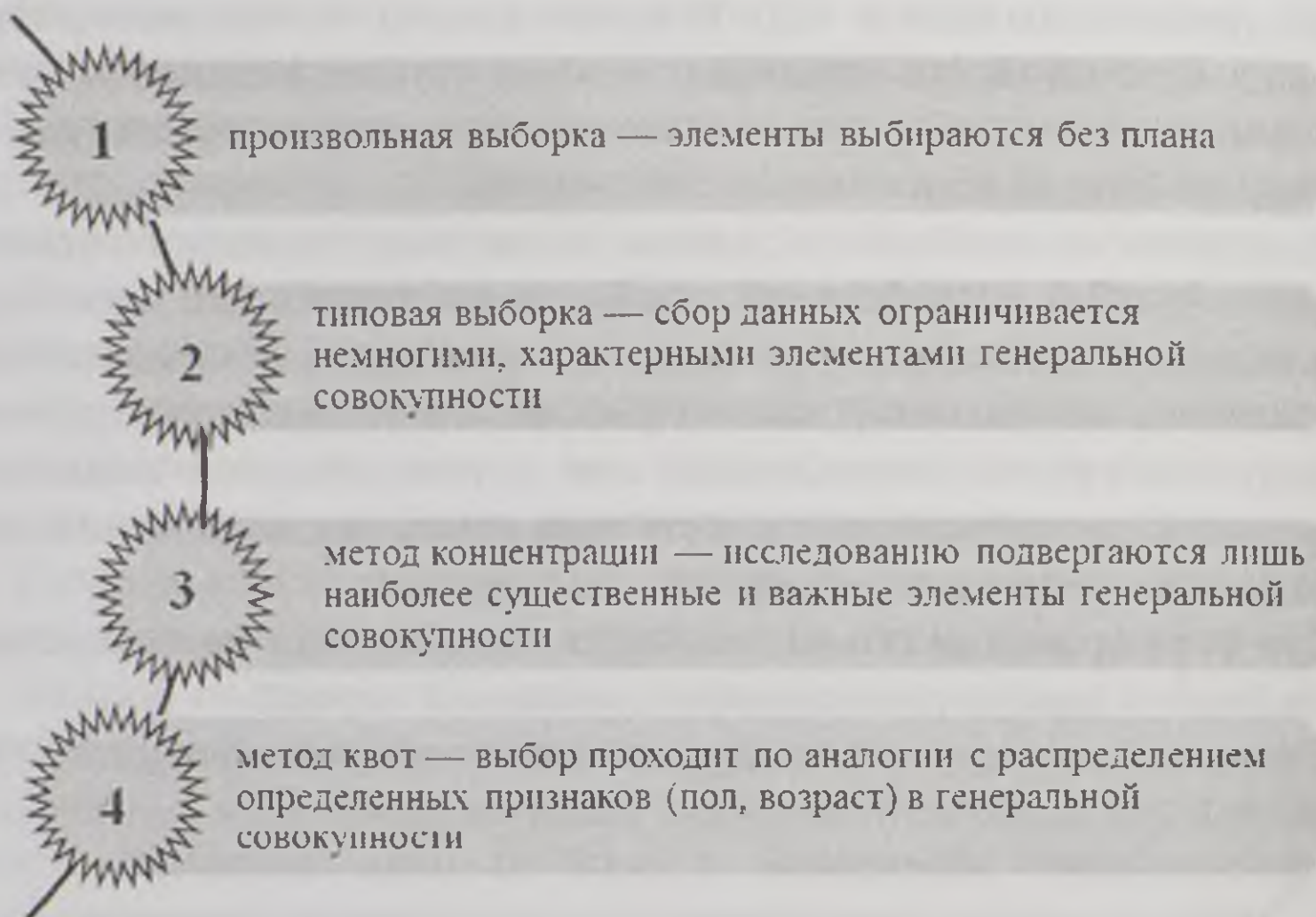


Рисунок 35 – Виды неслучайной выборки

Однако необходимость использования «полевых методов» в значительной степени определяется методом сбора данных, видом собираемой информации, характеристиками выборки.

Существуют три альтернативных подхода к сбору данных (рисунок 36).

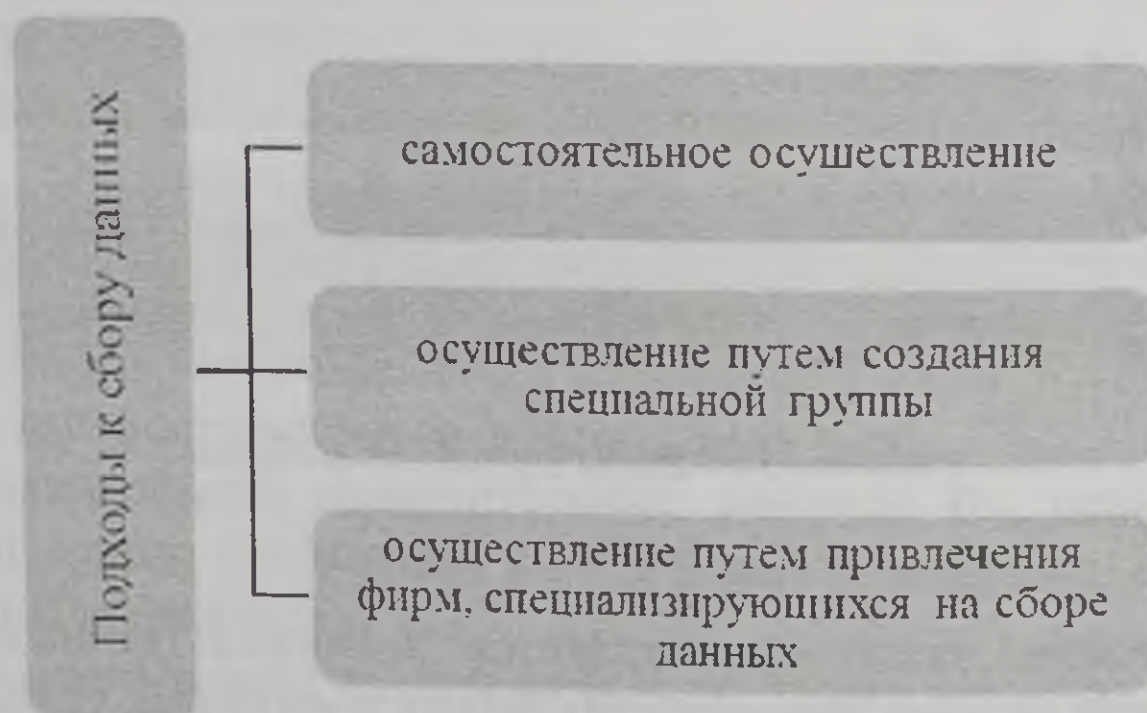


Рисунок 36 – Подходы к сбору данных

При сборе информации необходимо точно определить место и время проведения исследования.

На четвертом этапе проводится анализ собранных данных, который включает несколько этапов, представленных на рисунке 37.

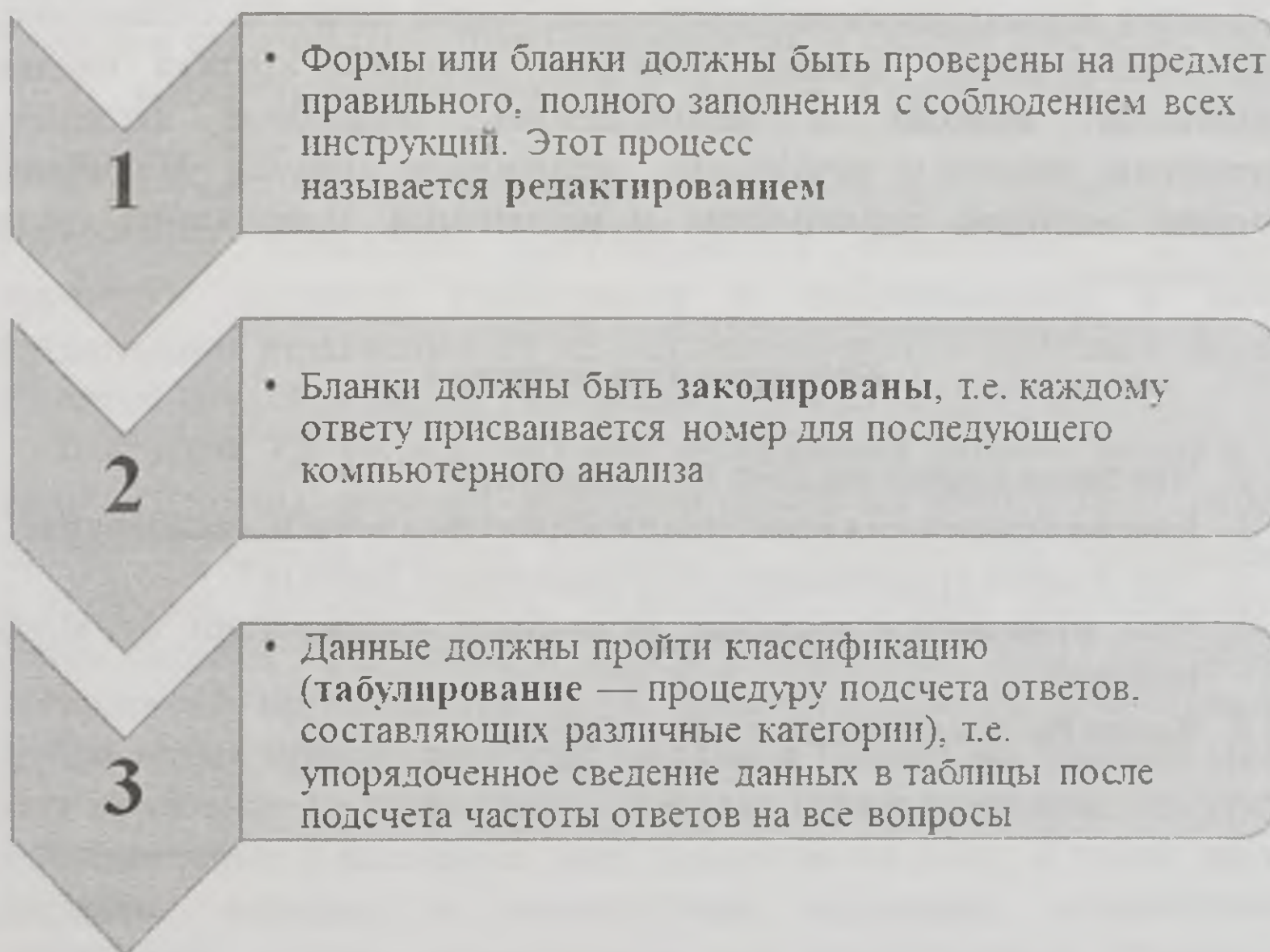


Рисунок 37 – Этапы анализа сбора данных

На этом этапе данные могут быть классифицированы по нескольким переменным.

Редактирование, кодирование, классификация присутствуют почти во всех видах исследований. Выбор конкретного статистического метода анализа данных зависит от процедуры создания выборки, инструментов сбора данных, использованных в исследовании. Для проведения анализа могут использоваться следующие методы: регрессивный, вариационный, дискриминантный, факторный, кластер-анализ) и многомерное шкалирование.

Последний этап – завершающая стадия, на которой осуществляются подготовка отчета о результатах проведенного исследования и его презентация.

Отчет о результатах исследований представляет собой документ, представляемый руководству, содержащий все результаты, выводы исследований.

Именно отчет служит отражением эффективности проведения маркетингового исследования.

В отчет должны быть включены следующие разделы: оглавление, цели исследования, краткое описание методик, краткая сводка результатов, выводы и рекомендации, подробное введение, подробный анализ и результаты, подробные выводы, подробное описание методик, ограничения и недостатки, приложения (если необходимы).

Контрольные вопросы

1. Что такое маркетинговое исследования?
2. Какова технология проведения маркетингового исследования?
3. Что из себя представляет сбор первичных данных?
4. Чем отличаются внешние источники информации от внутренних?
5. Какие Вы знаете формы наблюдения?

Тема 5. Организация учета трудовых ресурсов, использования рабочего времени, заработной платы

В соответствии с Конституцией Республики Казахстан, каждый имеет право на труд, который он свободно выбирает или на который свободно соглашается, право распоряжаться своими способностями к труду, выбирать профессию и род занятий, а также право на защиту от безработицы [6].

В настоящее время основным актом трудового законодательства Республики Казахстан, регулирующим отношения участников трудового процесса (работников и работодателей) в любой организации независимо от ее организационно – правовой формы, является Трудовой кодекс Республики Казахстан (ТК РК) [12].

В главе 6 ТК РК в ст. 67 рассматриваются рабочее время и его виды. Периоды времени подготовительно-заключительной работы (получение наряда-задания, материалов, инструментов, ознакомление с техникой, документацией, подготовка и уборка рабочего места, сдача готовой продукции и другие), перерывы, предусмотренные технологией, организацией труда; правилами безопасности и охраны труда; время присутствия или ожидания работы на рабочем месте, когда работник не располагает свободно своим временем; дежурства в праздничные и выходные дни; дежурства на дому, а также другие периоды, которые в соответствии трудовым, коллективным договорами, актами работодателя или нормативными правовыми актами Республики Казахстан относятся к рабочему времени.

Виды продолжительности рабочего времени представлены на рисунке 38.

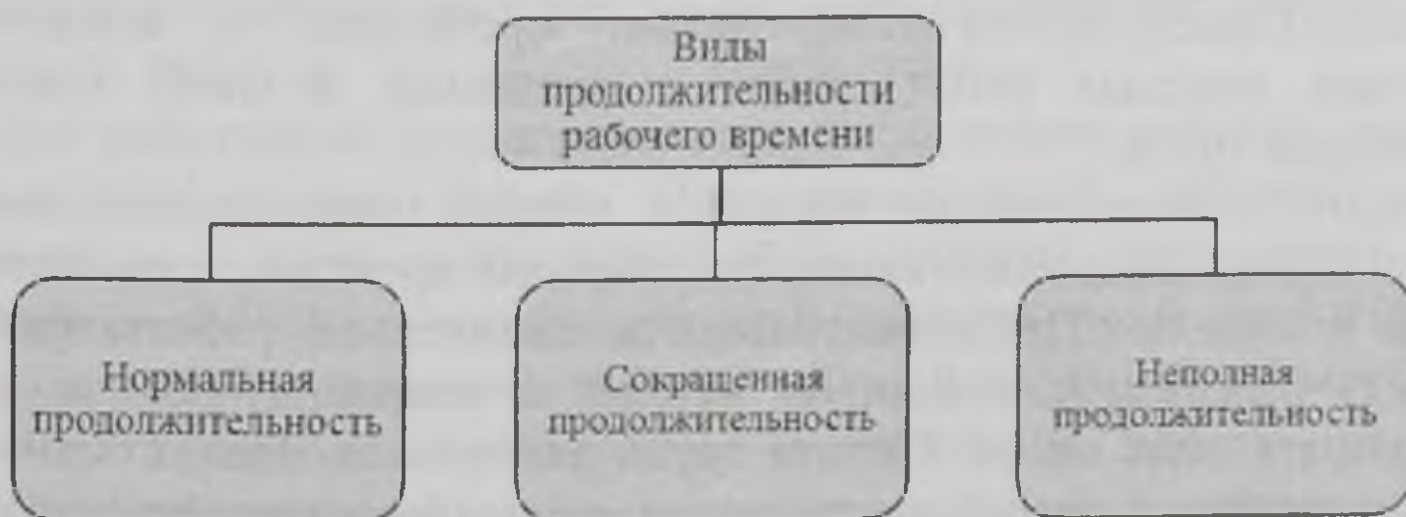


Рисунок 38 – Виды продолжительности рабочего времени

Нормальная продолжительность рабочего времени не должна превышать 40 часов в неделю. В трудовом договоре может предусматриваться меньшая продолжительность рабочего времени с оплатой как за нормальную продолжительность рабочего времени (ст.68 ТК РК). Суммарная продолжительность ежедневной работы по месту основной работы и работы по совместительству не должна превышать норму продолжительности ежедневной работы, установленную пунктом 4 статьи 71 ТК РК, более чем на 4 часа [12].

Для работников, не достигших восемнадцатилетнего возраста, устанавливается сокращенная продолжительность рабочего времени:

1) для работников в возрасте от четырнадцати до шестнадцати лет – не более 24 часов в неделю;

2) для работников в возрасте от шестнадцати до восемнадцати лет – не более 36 часов в неделю (ст.69 ТК РК) [12].

Для работников, занятых на тяжелых работах, работах с вредными и (или) опасными условиями труда, устанавливается сокращенная продолжительность рабочего времени не более 36 часов в неделю согласно Списку производств, цехов, профессий и должностей, перечню тяжелых работ, работ с вредными и (или) опасными условиями труда.

Установленная настоящим пунктом сокращенная продолжительность рабочего времени распространяется на работников, труд которых в тяжелых, вредных и (или) опасных условиях подтвержден результатами аттестации производственных объектов по условиям труда.

В случае непроведения работодателем аттестации производственных объектов по условиям труда, а также по рабочим местам, которые не подлежат аттестации, сокращенная продолжительность рабочего времени предоставляется в полном объеме согласно Списку производств, цехов, профессий и должностей, перечню тяжелых работ, работ с вредными и (или) опасными условиями труда.

Работникам-инвалидам первой и второй групп устанавливается сокращенная продолжительность рабочего времени – не более 36 часов в неделю. Продолжительность ежедневной работы (рабочей смены) работников-инвалидов первой и второй групп не может превышать семь часов. Оплата труда работников при установлении им сокращенной продолжительности рабочего времени производится в соответствии с ст.69 ТК РК [12].

При заключении трудового договора, а также в процессе трудовых отношений по письменному соглашению между работником и работодателем, работнику может устанавливаться неполное рабочее время (ст.70 ТК РК).

Неполным рабочим временем считается время, которое меньше нормальной продолжительности, установленной ТК РК (рисунок 39).

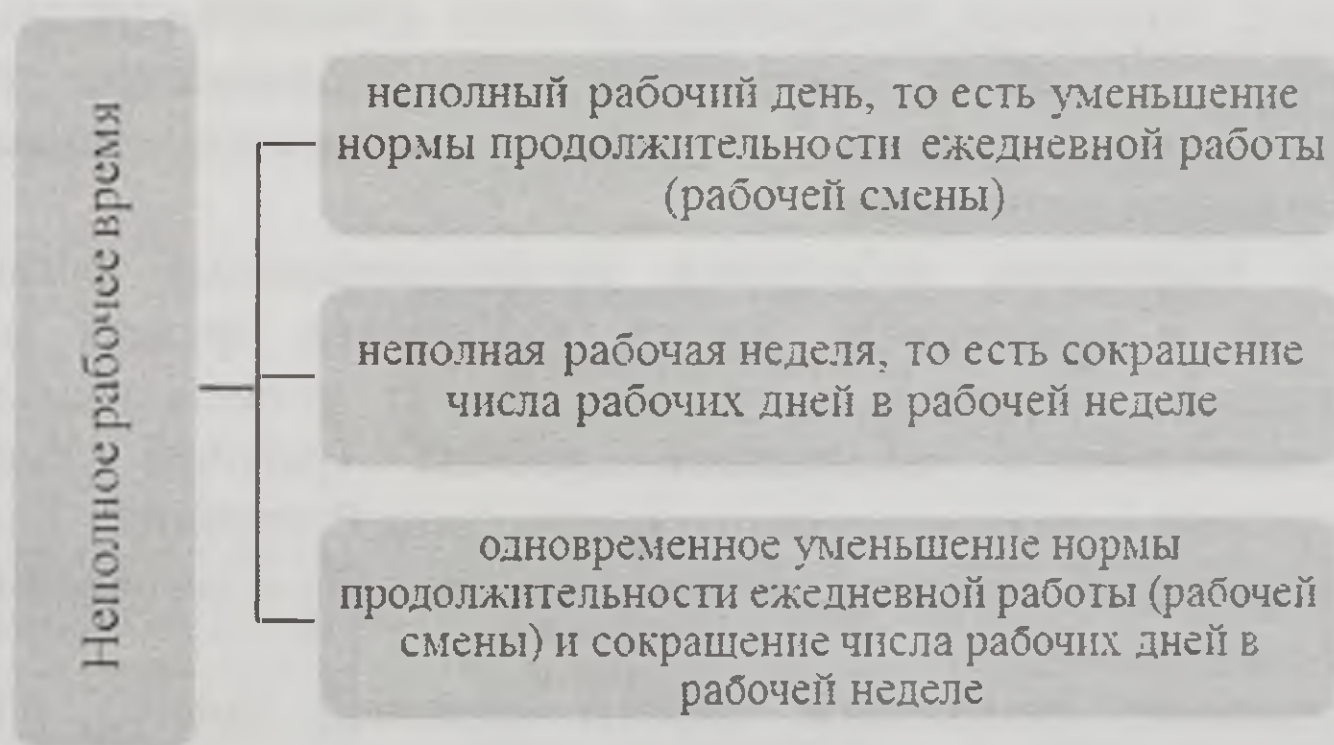


Рисунок 39 – Неполное рабочее время

Работа на условиях неполного рабочего времени не влечет для работника ограничений в продолжительности оплачиваемого ежегодного трудового отпуска, исчисления трудового стажа и других прав в сфере труда, установленных ТК РК, трудовым, коллективным договорами, соглашениями.

Работодатель по письменному заявлению беременной женщины, одного из родителей (усыновителя, удочерителя), имеющего ребенка (детей) в возрасте до трех лет, устанавливает неполное рабочее время (ст.70 ТК РК) [12].

Для работников устанавливается пятидневная рабочая неделя с двумя выходными днями. При пятидневной рабочей неделе продолжительность ежедневной работы (смены) определяется актом работодателя с учетом специфики работы и с соблюдением установленной продолжительности рабочей недели. В организациях, где по характеру производств и условиям работы введение пятидневной рабочей недели нецелесообразно, устанавливается шестидневная рабочая неделя с одним выходным днем (ст.71 ТК РК).

Пятидневная или шестидневная рабочая недели устанавливаются работодателем в соответствии с условиями трудового и коллективного договоров или актом работодателя. Продолжительность ежедневной работы не может превышать 8 часов, за исключением случаев, предусмотренных ТК РК и иными законами Республики Казахстан (ст.71 ТК РК) [12].

Продолжительность ежедневной работы (рабочей смены), время начала и окончания ежедневной работы (рабочей смены), время перерывов в работе определяются с соблюдением условий, установленных правилами трудового распорядка, трудовым и коллективным договорами.

Для творческих работников профессиональных организаций искусства и культурного досуга, работников средств массовой информации, спортсменов, тренеров может устанавливаться иная продолжительность ежедневной работы (рабочей смены) в соответствии с трудовым законодательством Республики Казахстан, актами работодателя, коллективным или трудовым договорами (ст.71 ТК РК).

Разделение ежедневной работы (рабочей смены) на части допускается:

- 1) на работах с различной интенсивностью работы;
- 2) по инициативе работника, если это связано с его социально-бытовыми и иными личными потребностями.

При разделении ежедневной работы (рабочей смены) на части общая продолжительность рабочего времени не должна превышать установленную продолжительность ежедневной работы (рабочей смены) (ст.72 ТК РК).

Виды работ, где производится разделение ежедневной работы (рабочей смены) на части, количество и продолжительность перерывов в работе, а также виды и размеры компенсационных выплат работникам за работу с такими условиями определяются трудовым, коллективным договорами. Перерывы, связанные с разделением ежедневной работы (рабочей смены) на части, предоставляются для отдыха работников и не относятся к рабочему времени (ст.72 ТК РК) [12].

Сменная работа может устанавливаться в случаях, когда длительность производственного процесса превышает допустимую продолжительность ежедневной работы. При сменной работе

продолжительность рабочей смены, переход из одной рабочей смены в другую устанавливаются графиками сменности. Графики сменности доводятся работодателем до сведения работников не позднее, чем за десять календарных дней до введения их в действие. Привлечение работника к работе в течение двух рабочих смен подряд запрещается (ст.73 ТК РК).

В целях сочетания социально-бытовых и иных личных потребностей работников с интересами производства для работников может устанавливаться режим гибкого рабочего времени (ст.74 ТК РК). Режим гибкого рабочего времени представлен на рисунке 40.

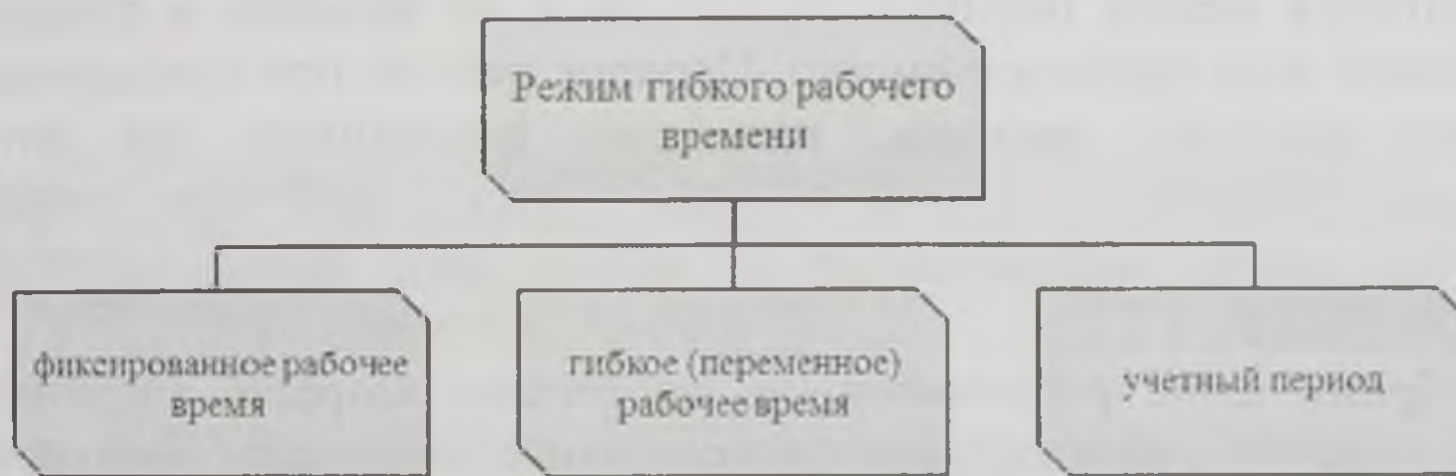


Рисунок 40 – Режим гибкого рабочего времени

Учетным периодом при гибком рабочем времени признается период, в пределах которого должна быть соблюдена в среднем установленная для данной категории работников продолжительность рабочего времени. Учетный период при гибком рабочем времени не может превышать шесть месяцев (ст.74 ТК РК).

Продолжительность ежедневной работы (рабочей смены) и (или) еженедельной работы в режиме гибкого рабочего времени может быть больше или меньше нормы ежедневной и (или) еженедельной продолжительности рабочего времени. Продолжительность фиксированного рабочего времени, гибкого (переменного) рабочего времени, учетный период в режиме гибкого рабочего времени устанавливаются актом работодателя, трудовым или коллективным договорами (ст.74 ТК РК) [12].

Суммированный учет рабочего времени применяется в непрерывно действующих производствах, цехах, участках и на некоторых видах работ, где по условиям производства (работы) не может быть соблюдена установленная для данной категории

работников ежедневная или еженедельная продолжительность рабочего времени (ст.75 ТК РК).

Учетным периодом при суммированном учете рабочего времени признается период, в пределах которого должна быть соблюдена в среднем установленная для данной категории работников норма ежедневной и (или) еженедельной продолжительности рабочего времени. Учетным периодом при суммированном учете рабочего времени может быть любой календарный период, но не более чем один год или период выполнения определенной работы (ст.75 ТК РК).

При установлении суммированного учета рабочего времени обязательным является соблюдение продолжительности отдыха работника между окончанием работы и ее началом в следующий рабочий день (рабочую смену). Порядок работы при суммированном учете рабочего времени, категории работников, для которых устанавливается суммированный учет рабочего времени, определяются коллективным договором или актом работодателя (ст.75 ТК РК).

Привлечение работников, не достигших возраста восемнадцати лет, к работе с применением суммированного учета рабочего времени не допускается.

Применение суммированного учета рабочего времени для беременных женщин не допускается, если продолжительность рабочего дня (рабочей смены) будет превышать восемь часов. Не допускается применение суммированного учета рабочего времени для работников-инвалидов первой группы. Не может устанавливаться суммированный учет рабочего времени работникам-инвалидам второй и третьей групп, если такой режим запрещен им на основании заключения экспертной профпатологической комиссии (ст.75 ТК РК).

В статье 76 ТК РК рассматривается работа в ночное время. Ночным считается время с 22 до 6 часов. К работе в ночное время не допускаются:

- работники, не достигшие восемнадцатилетнего возраста;
- беременные женщины, предоставившие работодателю справку о беременности.

Привлечение к работе в ночное время работников-инвалидов допускается только с их письменного согласия при условии, что такая работа не запрещена им по состоянию здоровья в соответствии с медицинским заключением (ст.76 ТК РК)[12].

Работодатель не вправе привлекать к работе в ночное время без письменного согласия следующих работников (ст.76 ТК РК):

1) женщин, имеющих детей в возрасте до семи лет, и других лиц, воспитывающих детей в возрасте до семи лет без матери;

2) работников, воспитывающих детей-инвалидов до шестнадцати лет.

Привлечение к сверхурочным работам допускается только с письменного согласия работника, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 2 статьи 77 ТК РК.

Сверхурочные работы без согласия работника допускаются в следующих случаях, представленных на рисунке 41.



при производстве работ, необходимых для обороны страны, а также для предотвращения чрезвычайных ситуаций, стихийного бедствия или производственной аварии либо немедленного устранения их последствий



для устранения иных обстоятельств, нарушающих нормальное функционирование водоснабжения, газоснабжения, теплоснабжения, энергоснабжения и других систем жизнеобеспечения



для продолжения работы при неявке сменяющего работника, если работа не допускает перерыва, с немедленным принятием мер к замене другим работником



для оказания экстренной и неотложной помощи гражданам, которым угрожает потеря здоровья или гибель

Рисунок 41 – Сверхурочные работы без согласия работника

К сверхурочной работе не допускаются следующие работники:

1) беременные женщины, предоставившие работодателю справку о беременности;

2) не достигшие восемнадцатилетнего возраста;

3) инвалиды (ст.77 ТК РК) [12].

Сверхурочные работы не должны превышать для каждого работника в течение суток два часа, а на тяжелых работах, работах с вредными и (или) опасными условиями труда – один час.

Общая продолжительность сверхурочных работ не должна превышать двенадцать часов в месяц и сто двадцать часов в год (ст.78 ТК РК).

Работодатель обязан вести учет рабочего времени, фактически отработанного работником. Учету подлежит отработанное и неотработанное работником время. При этом отдельно учитывается время сверхурочных работ, работы в ночное время, выходные, праздничные дни, дни командировок.

Форма и порядок ведения учета рабочего времени определяются актом работодателя (ст.79 ТК РК).

В случаях, когда в рабочее время работника включаются периоды выполнения работ не на рабочем месте либо их выполнение не может быть зафиксировано работодателем конкретным временем, эти периоды отмечаются в документах учета рабочего времени как выполнение объема работ, установленного трудовым договором.

Нормирование и оплата труда представлены в Главе 8 Трудового Кодекса Республики Казахстан. Нормы труда (времени, выработки, трудоемкости, обслуживания, численности) являются мерой затрат труда и устанавливаются для работника соответствующей квалификации в соответствии с достигнутым уровнем техники, технологии, организации производства и труда.

Разработка, введение, замена и пересмотр норм труда производятся работодателем в порядке, установленном уполномоченным государственным органом по труду (ст.101 ТК РК) [12].

Нормы труда подлежат обязательной замене по мере проведения аттестации и рационализации рабочих мест, внедрения новой техники, технологии и организационно-технических мероприятий, обеспечивающих рост производительности труда.

Достижение высокого уровня выработки продукции (оказания услуг) отдельными работниками за счет применения по своей инициативе новых приемов труда и совершенствования рабочих мест не является основанием для пересмотра ранее установленных норм труда (ст.101 ТК РК). О введении работодателем новых норм труда работники извещаются не позднее, чем за один месяц.

Нормы труда в организации, на услуги (товары, работы) которой вводится государственное регулирование тарифов (цен, ставок сборов), утверждаются работодателем по согласованию с уполномоченными государственными органами соответствующих сфер деятельности и с уполномоченным государственным органом по труду в установленном им порядке.

Условия, необходимые при разработке норм труда, представлены на рисунке 42.

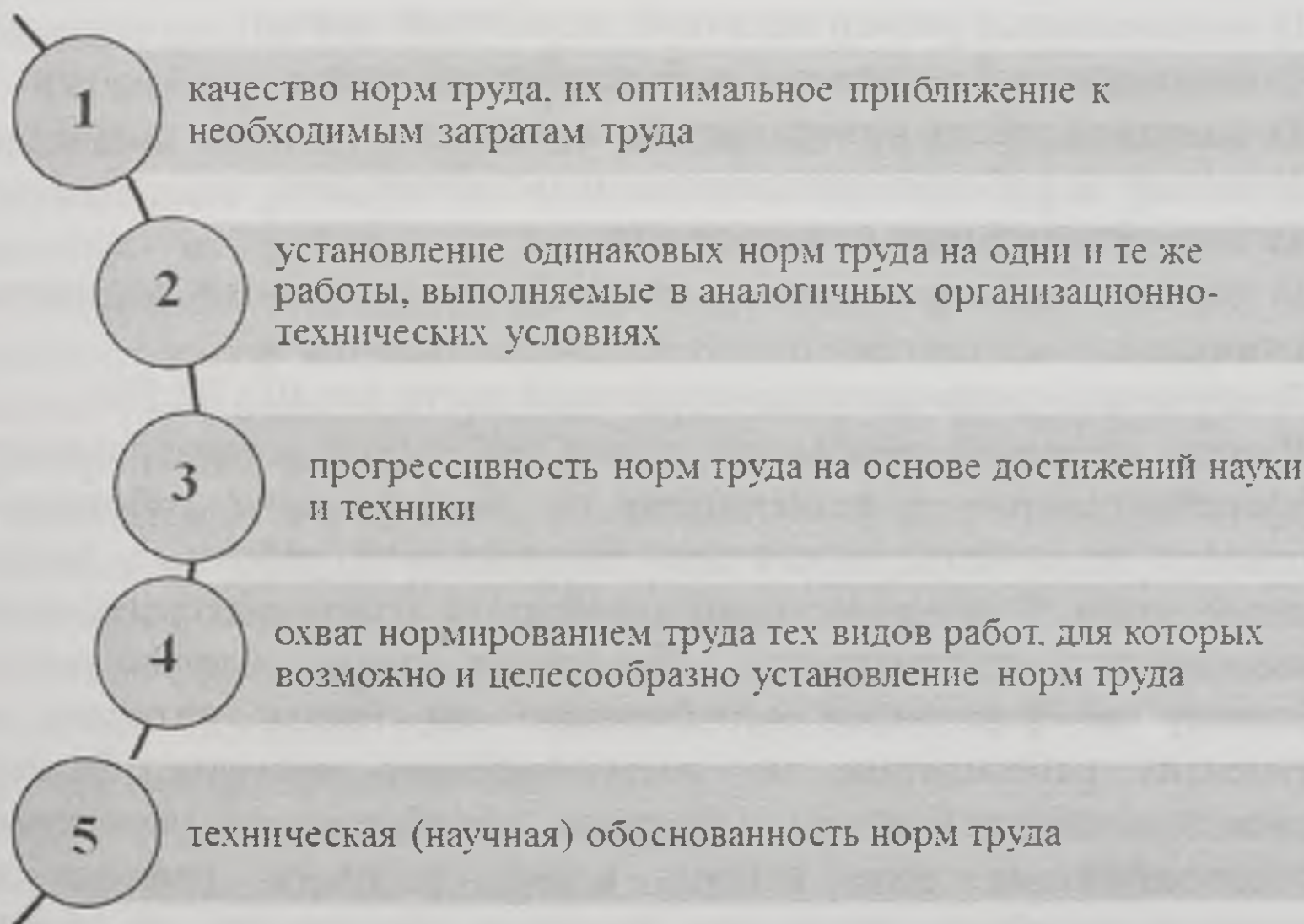


Рисунок 42 – Условия, необходимые при разработке норм труда

Типовые нормы и нормативы по труду разрабатываются и утверждаются отраслевыми ассоциациями работодателей, единые и (или) межотраслевые типовые нормы и нормативы по труду для всех сфер деятельности утверждаются Национальной палатой предпринимателей Республики Казахстан по согласованию с представителями работников в установленном уполномоченным государственным органом по труду порядке (ст.101 ТК РК).

Квалификационные требования к работникам и сложность определенных видов работ устанавливаются на основе профессиональных

стандартов, а при их отсутствии – на основе Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих, Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих, тарифно-квалификационных характеристик профессий рабочих и типовых квалификационных характеристик должностей руководителей, специалистов и других служащих организаций (ст.101 ТК РК).

Государственные гарантии в области оплаты труда работников включают:

- 1) минимальный размер месячной заработной платы;
- 2) минимальный размер часовой заработной платы;
- 3) оплату за работу в сверхурочное время;
- 4) оплату за работу в праздничные и выходные дни;
- 5) оплату за работу в ночное время;
- 6) ограничение размера удержаний из заработной платы работника;

7) порядок и сроки выплаты заработной платы (ст.102 ТК РК).

Размер месячной заработной платы работника устанавливается дифференцированно в зависимости от квалификации работника, сложности, количества и качества выполняемой работы, а также условий труда. Размер месячной заработной платы максимальным размером не ограничивается. Заработная плата выплачивается работнику за фактически отработанное им время, учтенное в документах работодателя по учету рабочего времени. Размер месячной заработной платы работника, отработавшего полностью определенную на этот период норму рабочего времени и выполнившего нормы труда или трудовые обязанности, не может быть ниже минимального размера месячной заработной платы, установленного на соответствующий финансовый год законом Республики Казахстан о республиканском бюджете (ст.103 ТК РК).

Минимальный размер месячной заработной платы, устанавливаемый ежегодно на соответствующий финансовый год законом Республики Казахстан о республиканском бюджете, не должен быть ниже прожиточного минимума и не включает в себя доплат и надбавок, компенсационных и социальных выплат, премий и других стимулирующих выплат и выплачивается пропорционально отработанному времени. Минимальный размер часовой заработной платы работника, выполнившего свои трудовые обязанности, не

может быть ниже минимального размера месячной заработной платы, деленной на среднемесячное количество рабочих часов согласно балансу рабочего времени на соответствующий календарный год. Минимальный размер месячной заработной платы или размер месячной тарифной ставки работника первого разряда, предусмотренный условиями трудового, коллективного договоров и (или) актами работодателя, не может быть ниже минимального размера месячной заработной платы, установленного на соответствующий финансовый год законом Республики Казахстан о республиканском бюджете (ст.104 ТК РК).

Оплата труда работников, занятых на тяжелых работах, работах с вредными и (или) опасными условиями труда, устанавливается в повышенном размере по сравнению с оплатой труда работников, занятых на работах с нормальными условиями труда, путем установления повышенных должностных окладов (ставок) или доплат, размер которых определяется коллективным договором или актом работодателя с учетом отраслевых коэффициентов, классифицирующих условия труда по степени вредности и опасности, определяемых отраслевым соглашением. Оплата труда работников, занятых на тяжелых работах, работах с вредными и (или) опасными условиями труда, в повышенном размере осуществляется согласно Списку производств, цехов, профессий и должностей, перечню тяжелых работ, работ с вредными и (или) опасными условиями труда (ст.105 ТК РК).

В случае непроведения работодателем аттестации производственных объектов по условиям труда, а также по рабочим местам, которые не подлежат аттестации, оплата труда работников, занятых на тяжелых работах, работах с вредными, опасными условиями труда, производится согласно Списку производств, цехов, профессий и должностей, перечню тяжелых работ, работ с вредными и (или) опасными условиями труда (ст.105 ТК РК) [12].

Условиями трудового договора и (или) актом работодателя может устанавливаться почасовая оплата труда за фактически выполненные работы при неполном рабочем дне или его неполной загрузке, а также для оплаты работ временного или разового характера. При сокращенной продолжительности рабочего времени для отдельных категорий работников, предусмотренных ТК РК, устанавливается почасовая оплата труда. Оплата труда при суммированном учете

рабочего времени производится за фактически отработанное количество рабочих часов по графику сменности (графику вахт). При этом начисление заработной платы производится по часовой тарифной ставке, рассчитанной исходя из тарифной ставки (должностного оклада) и месячной нормы рабочего времени в соответствии с балансом рабочего времени на соответствующий календарный год (ст.106 ТК РК).

Заработная плата работнику устанавливается трудовым договором в соответствии с действующими у работодателя системами оплаты труда. Система оплаты труда определяется условиями трудового, коллективного договоров и (или) актами работодателя (ст.107 ТК РК).

Для усиления повышения заинтересованности работников в увеличении эффективности производства и качества выполняемых работ работодателем могут вводиться системы премирования и другие формы стимулирования труда, определенные условиями коллективного договора и (или) актами работодателя. Система оплаты труда должна обеспечить долю основной заработной платы не менее 75 процентов в заработной плате работников без учета единовременных стимулирующих выплат (ст.107 ТК РК)[12].

При повременной оплате труда работа в сверхурочное время оплачивается в повышенном размере согласно условиям трудового или коллективного договоров и (или) акта работодателя, но не ниже чем в полуторном размере исходя из дневной (часовой) ставки работника. При сдельной оплате труда доплата за работу в сверхурочное время производится в размере не ниже пятидесяти процентов от установленной дневной (часовой) ставки работника.

По соглашению сторон за работу сверхурочно допускается предоставление часов отдыха из расчета не менее одного часа отдыха за один час сверхурочной работы (ст.108 ТК РК).

Оплата работы в праздничные и выходные дни производится в повышенном размере согласно условиям трудового или коллективного договоров и (или) акта работодателя, но не ниже чем в полуторном размере исходя из дневной (часовой) ставки работника (ст.109 ТК РК).

Каждый час работы в ночное время оплачивается в повышенном размере согласно условиям трудового или коллективного договоров и (или) акта работодателя, но не ниже чем в полуторном размере исходя из дневной (часовой) ставки работника (ст.110 ТК РК).

Работникам, выполняющим в одной и той же организации наряду со своей основной работой, обусловленной трудовым договором, дополнительную работу по другой или такой же должности либо обязанности временно отсутствующего работника без освобождения от своей основной работы, производится доплата (ст.111 ТК РК).

Поручаемые работникам дополнительные работы могут осуществляться путем:

1) совмещения должностей – выполнения работником наряду со своей основной работой, предусмотренной трудовым договором (должностной инструкцией), дополнительной работы по другой вакантной должности;

2) расширения зон обслуживания – выполнения работником наряду со своей основной работой, предусмотренной трудовым договором (должностной инструкцией), дополнительной работы в течение установленной продолжительности рабочего дня (смены);

3) исполнения (замещения) обязанностей временно отсутствующего работника – выполнения работником наряду со своей основной работой, предусмотренной трудовым договором (должностной инструкцией), дополнительной работы как по другой, так и по такой же должности (ст.111 ТК РК).

Доплата работникам за исполнение (замещение) обязанностей временно отсутствующего работника не производится в случае, если замещение временно отсутствующего работника входит в должностные обязанности замещающего работника. Размеры доплат за совмещение должностей, расширение зоны обслуживания или исполнение (замещение) обязанностей временно отсутствующего работника устанавливаются работодателем по соглашению с работником исходя из объема выполняемой работы (ст.111 ТК РК).

Порядок оформления простоя и условия оплаты времени простоя по причинам, не зависящим от работодателя и работника, определяются трудовым, коллективным договорами и устанавливаются в размере не ниже минимального размера заработной платы, по вине работодателя – в размере не менее пятидесяти процентов от средней заработной платы работника. Время простоя, допущенного по вине работника, оплате не подлежит (ст.112 ТК РК).

Заработная плата устанавливается и выплачивается в денежной форме в национальной валюте Республики Казахстан не реже одного раза в месяц не позже первой декады следующего месяца. Дата

выплаты заработной платы предусматривается трудовым договором. При совпадении дня выплаты заработной платы с выходными или праздничными днями выплата производится накануне их.

При выплате заработной платы работодатель обязан в письменной или электронной форме ежемесячно извещать каждого работника о составных частях заработной платы, причитающейся ему за соответствующий период, размерах и основаниях произведенных удержаний, в том числе, сведения об удержанных и перечисленных обязательных пенсионных взносах, а также об общей денежной сумме, подлежащей выплате (ст.113 ТК РК) [12].

При невыплате заработной платы работодателем в полном объеме и в сроки, которые установлены трудовым договором, работодатель несет ответственность в соответствии с законами Республики Казахстан. Работодатель выплачивает работнику задолженность и пеню за период задержки платежа. Размер пени рассчитывается исходя из официальной ставки рефинансирования Национального Банка Республики Казахстан на день исполнения обязательств по выплате заработной платы и начисляется за каждый просроченный календарный день, начиная со следующего дня, когда выплаты должны быть произведены, и заканчивается днем выплаты (ст.113 ТК РК).

При прекращении трудового договора выплата сумм, причитающихся работнику от работодателя, производится не позднее трех рабочих дней после его прекращения.

Исчисление средней заработной платы, как при пятидневной, так и при шестидневной рабочей неделе производится за фактически отработанное время из расчета среднего дневного (часового) заработка за соответствующий период с учетом установленных доплат и надбавок, премий и других стимулирующих выплат, носящих постоянный характер, предусмотренных системой оплаты труда. Для исчисления средней заработной платы расчетным периодом являются двенадцать календарных месяцев, предшествующих событию, с которым связана соответствующая оплата (выплата), согласно настоящему Кодексу. Для работников, проработавших менее двенадцати календарных месяцев, средняя заработная плата определяется за фактически отработанное время (ст.114 ТК РК).

В коллективном договоре могут быть предусмотрены и иные периоды для расчета средней заработной платы, если это не ухудшает положения работников. Для всех случаев определения средней заработной платы, предусмотренных ТК РК, уполномоченным государственным органом по труду устанавливается единый порядок ее исчисления.

Удержания из заработной платы работника производятся по решению суда, а также в случаях, предусмотренных законами Республики Казахстан и ТК РК [12].

Удержания из заработной платы работника для погашения его задолженности перед организацией, в которой он работает, могут производиться на основании акта работодателя с письменным уведомлением работника:

1) для погашения неизрасходованных и своевременно не возвращенных денежных сумм, выданных в связи с командировкой, а также в случае непредоставления подтверждающих расходы документов, связанных с командировкой;

2) в случаях, предусматривающих возмещение работодателю затрат, связанных с обучением работника, при наличии договора обучения, пропорционально недоработанному сроку отработки при досрочном расторжении трудового договора;

3) для возмещения неотработанного аванса, выданного работнику в счет заработной платы;

4) в случаях перенесения или отзыва работника из ежегодного оплачиваемого трудового отпуска, за исключением пункта 3 статьи 95 настоящего Кодекса;

5) в иных случаях при наличии письменного согласия работника (ст.115 ТК РК).

При удержании из заработной платы по нескольким исполнительным листам, а также в случаях, предусмотренных законами Республики Казахстан и 115 статьей Трудового Кодекса, размер ежемесячного удержания не может превышать пятьдесят процентов причитающейся работнику заработной платы.

Контрольные вопросы

1. Что такое маркетинговое исследования?
2. Какова технология проведения маркетингового исследования?

3. Что из себя представляет сбор первичных данных?
4. Чем отличаются внешние источники информации от внутренних?
5. Какие Вы знаете формы наблюдения?

Тема 6. Анализ финансовых результатов предпринимательской деятельности

Понятие предпринимательства непосредственно связано с получением прибыли как результата производственной, хозяйственной и финансовой деятельности.

Согласно статье 33 Гражданского Кодекса Республики Казахстан «Юридическим лицом признается организация, которая имеет на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления обособленное имущество и отвечает этим имуществом по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права и обязанности, быть истцом и ответчиком в суде» [1].

Прибыль – важнейший экономический показатель эффективности деятельности организации. В изменении суммы прибыли проявляются все стороны деятельности организации:

1. снижение или увеличение объемов производства и продаж товаров, продукции, работ, услуг;
2. эффективное или неэффективное использование ресурсов, которыми располагает организация (материальных, трудовых, основных фондов и т.д.);
3. ценовая политика на рынках сбыта в борьбе с конкурентами;
4. эффективность финансовых операций (с денежными средствами, ценными бумагами);
5. эффективность сделок с имуществом;
6. эффективность участия в деятельности других организаций;
7. эффективность управления дебиторской задолженностью;
8. наличие или отсутствие убытков от бесхозяйственности (штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров с контрагентами; возмещение убытков, причиненных другим организациям и т.д.).

Прибыль – это важнейший источник инвестиций коммерческих организаций, а также источник материального стимулирования персонала, социальных выплат.

Нераспределенная прибыль отчетного года и прошлых лет является источником пополнения собственного оборотного капитала организации, т.е. способствует повышению уровня ее рыночной устойчивости и платежеспособности.

На рисунке 43 представлены основные задачи анализа финансовых результатов.

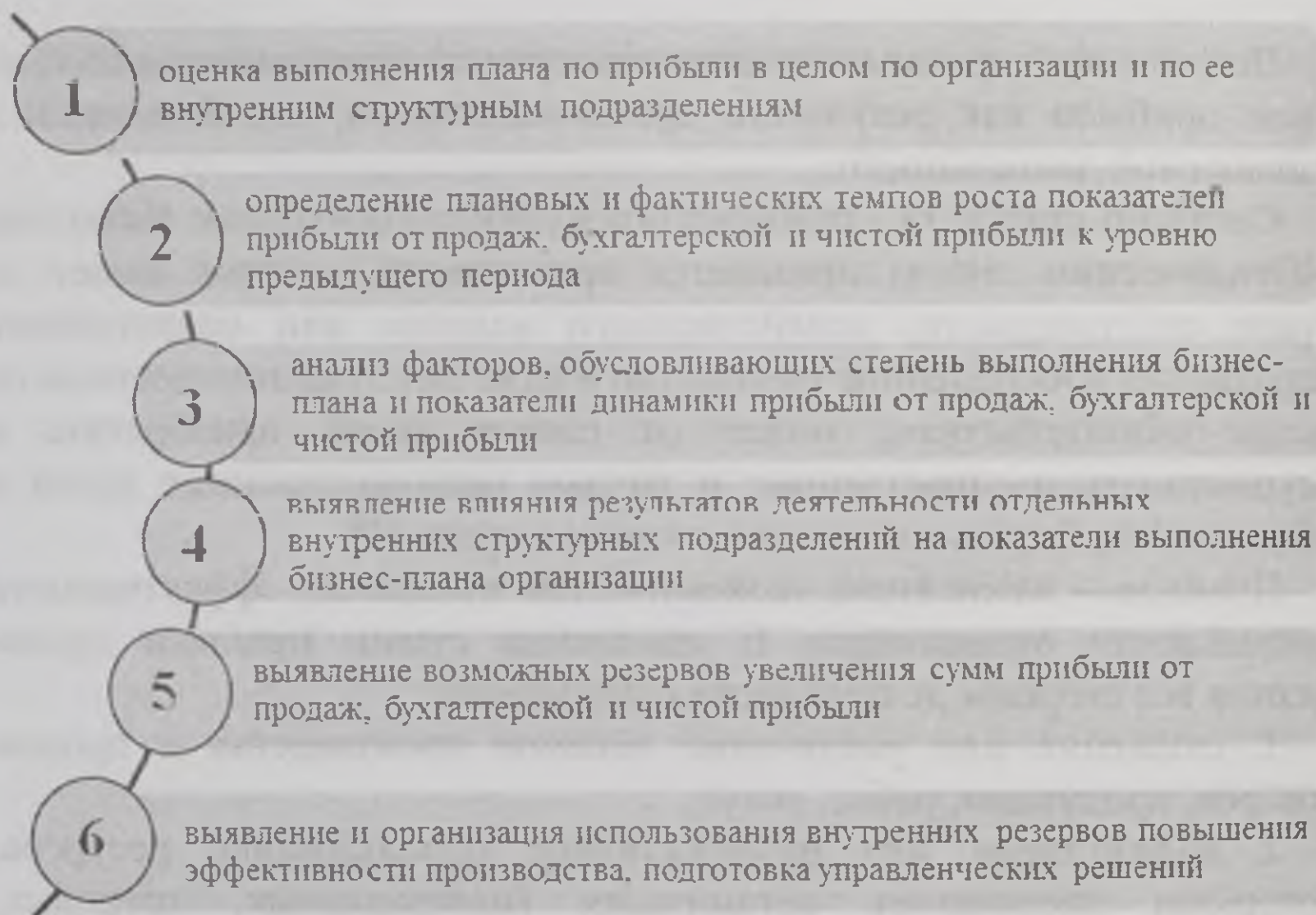


Рисунок 43 – Основные задачи анализа финансовых результатов

Экономический анализ призван организовать работу по использованию внутренних резервов производства, для этого нужно дать им экономическую оценку, после чего можно приступать к стадии подготовки управленческих решений. Экономист, занимающийся анализом, обязан подготовить варианты решений задач по управлению производством. Для этого нужно знать, какие произошли отклонения, и какой характер эти отклонения имеют. Необходимо также следить за тенденцией отклонений. Отклонения могут быть положительные и нарастающие, такую тенденцию надо поддержать. Отклонения могут быть отрицательные и нарастающие.

В этом случае нужно вырабатывать меры, которые препятствовали бы нарастанию этих тенденций и, в конечном счете, привели к погашению таких отклонений. Могут быть отклонения, которые носят отрицательный, но затухающий характер. Это значит, что в ходе управления производством ранее принятые меры действуют положительно, выправляют положение на производстве. Надо

оставить в действии эти мероприятия, поддержать или усилить их влияние.

Основные задачи анализа показателей рентабельности рассмотрены на рисинке 44.

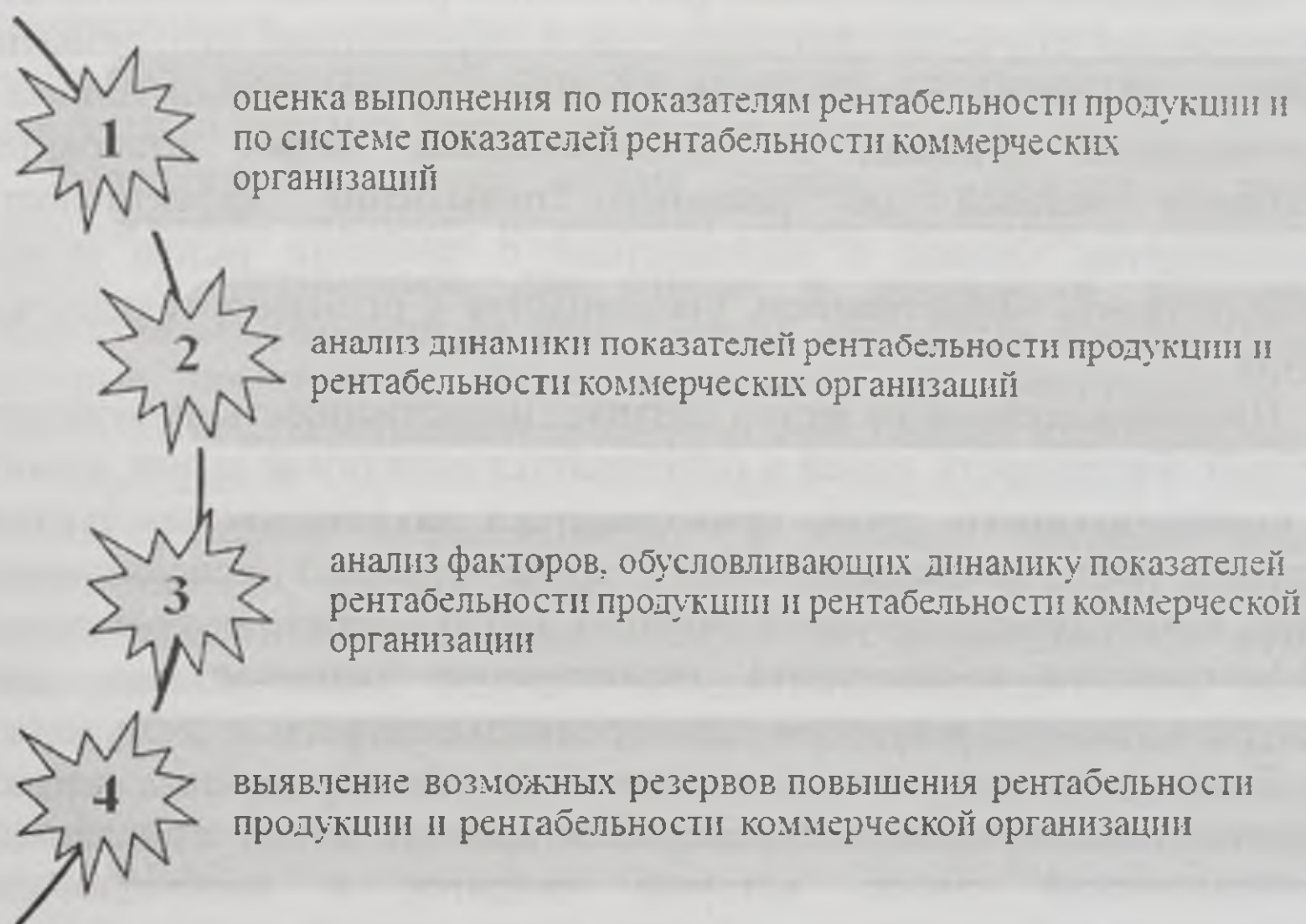


Рисунок 44 – Основные задачи анализа показателей рентабельности

Эффективность производства относится к числу ключевых показателей рыночной экономики, которая непосредственно связана с достижением конечной цели развития общественного производства в целом и каждого предприятия в отдельности.

В наиболее общем виде *экономическая эффективность* производства представляет собой количественное соотношение двух величин – результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат.

Сущность проблемы повышения экономической эффективности производства состоит в увеличении экономических результатов на каждую единицу затрат в процессе использования имеющихся ресурсов.

Повышение эффективности производства может достигаться как за счет экономии текущих затрат (потребляемых ресурсов), так и путем лучшего использования действующего капитала и новых вложений в капитал (применяемых ресурсов).

Важнейшим экономическим результатом рыночной деятельности предприятия с учетом долговременной перспективы его развития является *получение максимальной прибыли на вложенный капитал*. Соотношение прибыли и единовременных затрат становится исходной основой для реального повышения эффективности производства. Однако в соответствии с законами рынка нельзя отождествлять эффективность производства с производительностью труда.

Производительность труда означает плодотворность производственной деятельности людей и определяется величиной затрат живого и овеществленного труда, приходящегося на единицу продукции. Отсюда рост производительности труда отражает использование лишь потребляемых ресурсов (текущих затрат), тогда как повышение эффективности производства характеризует использование всех ресурсов, включая текущие и единовременные затраты.

Также можно отметить, что понятие единовременных затрат, капитальных вложений и вложений в капитал имеют одинаковый экономический смысл, который сводится к необходимости соблюдения общего правила окупаемости этих ресурсов за счет прибыли, получаемой в процессе производства.

В рыночной практике хозяйствования встречаются самые различные формы проявления экономической эффективности. Технические и экономические аспекты эффективности характеризуют развитие основных факторов производства и результативность их использования. Социальная эффективность отражает решение конкретных социальных задач (например, улучшение условий труда, охрану окружающей среды и т.д.). Обычно социальные результаты тесно связаны с экономическими, поскольку основу всякого прогресса составляет развитие материального производства.

В условиях рынка каждое предприятие, будучи экономически самостоятельным товаропроизводителем, вправе использовать любые оценки эффективности развития собственного производства в рамках установленных государством налоговых отчислений и социальных ограничений.

Особенности функционирования рынка (субъективность интересов различных участников рыночного процесса, неопределенность достижения конечных результатов, подвижность параметров производства и сбыта продукции, множественность критериев оценки и пр.) также отторгают деление эффективности на общую и сравнительную, характерную для отечественной теории и практики, поскольку возможности способа развития производства и выбор наилучшего варианта зависят от рыночной конъюнктуры.

Рыночная же стихия весьма сложна, и переход к рынку обуславливает важность разработки единых подходов к измерению затрат и результатов для отбора и реализации подлинных эффективных решений на всех уровнях управления производством, которые превращают расчет экономической эффективности из формальной хозяйственной процедуры в жизненную необходимость.

Определение *эффективности производства* начинается с установления критериев эффективности, т.е. главного признака оценки эффективности, раскрывающего его сущность. Смысл критерия эффективности производства следует из необходимости максимизации получаемых результатов или минимизации производимых затрат исходя из поставленных целей развития предприятия. Такими целями могут быть обеспечение выживаемости, достижения устойчивого роста, структурная перестройка, социальная стратегия и другое.

При многообразии этих целей доминирующим становится достижение наилучших экономических результатов, стремление к извлечению наибольшей массы прибыли с учетом долговременной перспективы развития.

Отсюда в качестве исходного количественного критерия эффективности производства должна выступать годовая норма прибыли на вложенный капитал (1) [13]:

$$E = \Pi / K = \frac{Ц - С}{K}, \quad (1)$$

где, E – норма прибыли на вложенный капитал, %;

Π – чистая прибыль (годовая) за вычетом налогов, тг.;

K – вложения в капитал, обеспечивающие получение прибыли, тг.;

$Ц$ – годовой объем производства продукции в продажных ценах, тг.;

$С$ – полная себестоимость годового выпуска продукции, тг.

Расчетные значения нормы прибыли могут изменяться в зависимости от структуры капитала, уровня прогнозируемых цен на продукцию, объема спроса и других факторов. Выбранный критерий эффективности производства в виде нормы прибыли на капитал применяется как для сравнения различных вариантов развития предприятия, так и для оценки единственного варианта рынком. В соответствии с принятым критерием определяются конкретные показатели эффективности производства, отражающие основные характеристики затрат и результатов.

В международной практике обоснования эффективности инвестиционных проектов используются следующие обобщающие показатели эффективности производства (рисунок 45).

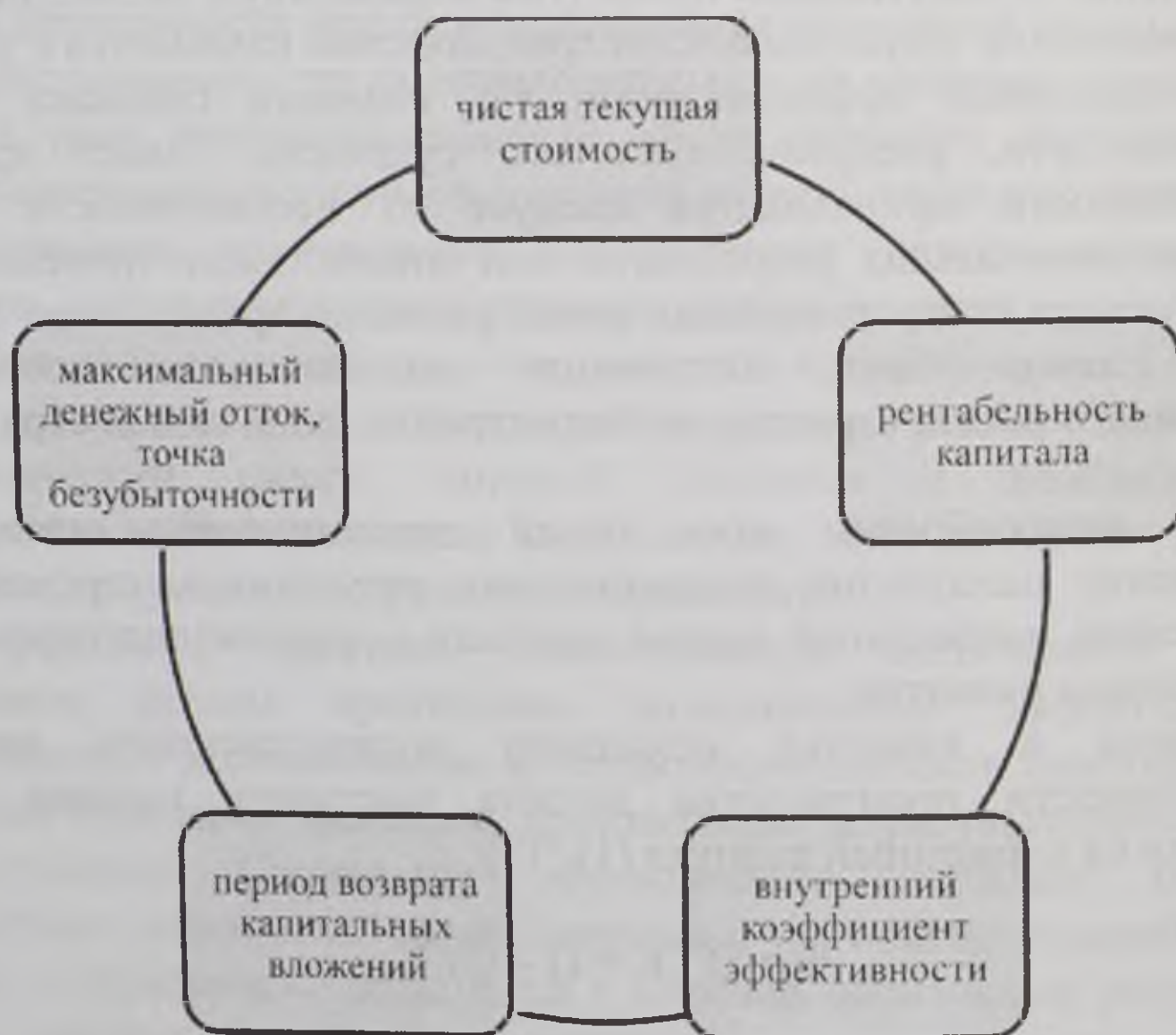


Рисунок 45 – Обобщающие показатели эффективности производства

Показатель чистой текущей стоимости определяется как разность между поступлением и расходом денежных средств за весь период предполагаемого функционирования предприятия с учетом фактора времени. Обычно чистая текущая стоимость рассматривается как

норма инвестирования капитала (норма минимального дохода), подтверждения целесообразности осуществления капитальных вложений.

Рентабельность капитала – это отношение чистой прибыли (за вычетом налогов) к собственному капиталу. В условиях рынка рентабельность капитала характеризует минимальную норму прибыльности капитальных вложений и явлений более стабильным показателем, чем рентабельность продукции.

Внутренний коэффициент эффективности представляет собой такое пороговое значение рентабельности капитала, при котором становится возможным равенство притоков-оттоков наличных средств, а сама текущая стоимость превращается в нулевую величину. Проект развития предприятия считается рентабельным, когда внутренний коэффициент эффективности не опускается ниже этой исходной нормы окупаемости вложений.

Период возврата капитальных вложений (срок окупаемости) – это период времени, который необходим для того, чтобы будущая прибыль предприятия достигла величины осуществленных капитальных вложений. Показатель срока окупаемости характеризует интенсивность возврата затраченных средств на определенном интервале времени после их вложения (2) [13]:

$$T = K / П, \quad (2)$$

где, T – срок окупаемости капитальных вложений, лет;

K – вложения в капитал, обеспечивающие получение прибыли, тг.;

$П$ – чистая годовая прибыль за вычетом налогов, с учетом амортизации, тг.

Максимальный денежный отток – это наибольшее отрицательное значение чистой текущей стоимости, рассчитанной нарастающим итогом. Этот показатель отражает общую стоимость предпринимательского проекта и увязывает ее с источниками финансирования затрат.

Точка (норма) безубыточности – это минимальный размер партии выпускаемой продукции, при котором достигается «нулевая прибыль», т.е. равенство доходов от продаж и издержек производства.

Дальнейшее увеличение объема продаж приводит к появлению прибыли. Точка безубыточности находится графическим и аналитическим способами. Графически точка безубыточности находится на пересечении линии объема продаж и полных издержек производства (в разбивке последних на постоянные и переменные).

Аналитически точка безубыточности определяется по формуле 3:

$$N_0 = F_{\text{пост}} / (C_{\text{ед}} - AVC_{\text{перем}}), \quad (3)$$

где, N_0 – точка (норма) безубыточности объема реализации продукции в натуральных единицах;

$F_{\text{пост}}$ – постоянные издержки производства;

$C_{\text{ед}}$ – цена единицы продукции, тг.;

$AVC_{\text{перем}}$ – переменные издержки производства, тг.

Развитие любого производства всегда требует определенного времени. Количественное определение экономического значения фактора времени основывается на соизмерении затрат, и результат со временем и опирается на приведение (дисконтирование) стоимости будущих затрат (капитальных вложений) и результатов (прибыли) к единому моменту времени – начальному или конечному, т.е. к началу осуществления или к моменту завершения проекта.

На практике учет фактора времени связан с использованием коэффициента приведения (дисконтирования), рассчитанного по формуле сложных процентов (4):

$$B_{\text{вр}} = (1 + E_{\text{д}})^{t'}, \quad (4)$$

где, $B_{\text{вр}}$ – коэффициент приведения разновременных затрат и результатов в сопоставимый вид с целью измерения;

$E_{\text{д}}$ – норма дисконта для соизмерения разновременных затрат и результатов, равная ставке банковского процента за кредитные ресурсы или внутреннему коэффициенту эффективности предприятия, %;

t' – год приведения.

Другим не менее известным методом оценки денежных доходов является метод рентабельности, характеризующий размер

полученной прибыли в зависимости от объема продаж и стоимости активов предприятия. На основе прибыли рассчитываются относительные показатели:

- рентабельность общая ($P_{\text{общ}}$) рассчитывается как отношение прибыли к среднегодовой стоимости основных и нормируемых оборотных средств (5):

$$P_{\text{общ}} = \Pi_{\text{б}} / \check{O}_{\text{с}} + \check{O}_{\text{б}}, \quad (5)$$

где, $\Pi_{\text{б}}$ – балансовая прибыль;

$\check{O}_{\text{с}}$ и $\check{O}_{\text{б}}$ – среднегодовая стоимость основных и нормированных оборотных средств.

- фондоотдача (6):

$$\Phi_{\text{от}} = Q / \check{O}_{\text{с}}, \quad (6)$$

и фондоемкость

$$\Phi_{\text{емк}} = \check{O}_{\text{с}} / Q, \quad (7)$$

где, Q – выпуск продукции.

Фондоотдача – это выпуск продукции на 1 тг среднегодовой стоимости основных средств; фондоемкость – это среднегодовая стоимость основных средств, приходящаяся на 1 тг продукции;

- рентабельность продаж (оборота), (8):

$$P_{\text{п}} = \frac{\text{ПРИБЫЛЬ}}{\text{ОБЪЕМ ПРОДАЖ}} \times 100\%, \quad (8)$$

Прибыль (валовая или чистая) и объем продаж берутся за один и тот же отчетный период, как правило, за год;

- рентабельность основного капитала (9):

$$P_{\text{о.к.}} = \frac{\text{ПРИБЫЛЬ}}{\text{ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ}} \times 100\%, \quad (9)$$

рентабельность собственного капитала (10):

$$P_{\text{с.к.}} = \frac{\text{ПРИБЫЛЬ}}{\text{СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ}} \times 100\%, \quad (10)$$

Рентабельность собственного капитала характеризует эффективность использования капитала, инвестированного в производство за счет собственных источников финансирования [13].

Важным показателем является и *объем продаж*. По объему продаж судят о масштабах деятельности фирмы, ее производственных возможностях. Анализ объема продаж за ряд лет дает представление о темпах роста производства фирмы. Объем продаж используется для определения оборачиваемости активов капитала ($K_{o.a}$) и оборачиваемости основного капитала ($K_{o.к}$):

$$K_{o.a} = \frac{\text{ОБЪЕМ ПРОДАЖ}}{\text{ОБЩАЯ СУММА АКТИВОВ}}$$
$$K_{o.к} = \frac{\text{ОБЪЕМ ПРОДАЖ}}{\text{ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ}}, \quad (11)$$

Конкурентоспособность фирмы связана с конкурентоспособностью ее продукции. Увеличение объем продаж, как правило, ведет к увеличению прибыли, росту показателей рентабельности. Загрузка производственных мощностей, увеличение портфеля заказов, увеличение капиталовложений в производство свидетельствует о повышении конкурентоспособности предприятия.

Показатели финансового состояния предприятия

Финансовое состояние предприятия характеризуется платежеспособностью, прибыльностью, эффективностью использования активов и собственного (акционерного) капитала, ликвидностью. *Платежеспособность предприятия* – способность предприятия выполнять свои внешние (краткосрочные и долгосрочные) обязательства, используя свои активы.

Коэффициент платежеспособности ($K_{п}$) определяется соотношением (12):

$$K_{п} = \frac{\text{СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ}}{\text{ОБЩИЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА}} \times 100\%. \quad (12)$$

Коэффициент измеряет финансовый риск, т.е. вероятность банкротства. Высокий коэффициент платежеспособности отражает минимальный финансовый риск и хорошие возможности для привлечения дополнительных средств со стороны.

Ликвидность предприятия отражает его способность вовремя оплатить предстоящие долги (обязательства) или возможность превратить статьи актива баланса (основные и оборотные средства, включая ценные бумаги и прочие активы) в деньги для оплаты обязательства.

Коэффициент общей ликвидности ($K_{о.л.}$) определяется отношением (13):

$$K_{о.л.} = \frac{\text{ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА В ДЕНЬГАХ}}{\text{КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА}} \quad (13)$$

Чем выше $K_{о.л.}$, тем выше платежеспособность фирмы. Коэффициент покрытия ($K_{п.о.}$) определяется отношением (14):

$$K_{п.о.} = \frac{\text{ВСЕ ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА}}{\text{КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА}} \quad (14)$$

Коэффициент показывает, в какой мере краткосрочная задолженность предприятия покрывается его оборотными активами. Выбор и использование тех или иных показателей диктуется целями проводимого анализа.

Следует отметить, что для определения реального состояния дел предприятия необходим анализ его баланса и основных показателей не менее чем за три года.

Кроме точки безубыточности важное значение имеют такие показатели, как безопасность коммерческой деятельности (запас финансовой прочности) фирмы и сила воздействия операционного рычага. *Показатель безопасности коммерческой деятельности* B_k (или запас финансовой прочности) – это сумма, на которую предприятие может себе позволить уменьшить выручку от реализации, не выходя из зоны прибыли [13].

Определяется по формуле (15):

$$B_k = \text{Выручка от реализации} - \text{Точка безубыточности} \quad (15)$$

Эффект операционного рычага состоит в том, что любое изменение выручки от реализации приводит к еще более сильному изменению прибыли. Действие данного эффекта связано с непропорциональным действием условно-постоянных и условно-

переменных затрат на финансовый результат при изменении объема производства и реализации.

Чем выше доля условно-постоянных расходов в себестоимости продукции, тем сильнее воздействие операционного рычага. И, наоборот, при росте объема продаж доля условно-постоянных расходов в себестоимости падает, и воздействие операционного рычага уменьшается (16).

$$\text{сила воздействия операционного рычага} = \frac{\text{МАРЖИНАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ}}{\text{ПРИБЫЛЬ}}. \quad (16)$$

Маржинальная прибыль определяется как разность выручки от реализации и переменных затрат. Сила действия операционного рычага показывает степень коммерческого риска фирмы. Чем больше эффект операционного рычага, тем больше коммерческий риск фирмы.

Соблюдение данных соотношений – важнейшее условие платежеспособности предприятия. При этом равенство постоянных пассивов и трудно реализуемых активов показывает нижнюю границу платежеспособности за счет собственных средств предприятия.

Контрольные вопросы

1. Что такое прибыль?
2. Перечислите основные задачи анализа финансовых результатов.
3. Что такое производительность труда?
4. Какие вы знаете показатели эффективности производства?
5. Перечислите основные показатели финансового состояния предприятия.

Тема 7. Лидерство в предпринимательстве

Впервые тема лидерства была затронута в начале XX века. В те времена стали проводиться исследования *лидерства, как определенного стиля поведения человека.*

Именно тогда впервые предположили, что лидерство – это не только врожденное свойство – ведь если внешне лидерские качества человека проявляются только в его поведении, то этому поведению можно обучать.

Первые исследования впоследствии вылились в экспериментальное создание скаутских организаций, в которых на детях отработывали обучающие программы по созданию определенных моделей поведения, которые учили детей работать в команде, взаимодействовать с членами этой команды, а также – управлять коллективом.

И хотя подобные эксперименты вначале проводились в Англии, позже ими заинтересовались и в Соединенных Штатах Америки. Так, в начале второй половины прошлого века, в Америке начали применять программу развития лидерства и эффективного управления людьми.

Впервые программа была опробована в школе подготовки сержантов в Калифорнии, а позже – во всех подобных школах страны. Окончательно результаты экспериментов сформировались в более-менее приемлемую программу обучения только в середине 70-х годов. В этой программе описывались одиннадцать лидерских навыков, а также методы и способы их развития.

Программа стала повсеместно применяться в военных школах и училищах, а также – в организации скаутов. В США старались работать по программе с детьми, так как они намного легче обучаются всему новому, и навыки лидерства закреплялись у них быстрее и эффективнее [15].

Взрослым и состоявшимся людям в этом плане намного сложнее – у них уже сложился определенный стандартный набор шаблонов поведения, взглядов и принципов, которые сложно изменить и переломить.

Основным прорывом всех исследований в этой области на протяжении всего прошлого века можно считать сложившееся убеждение, позднее подтвержденное фактами, в том, что лидерству

можно научить, это врожденное качество, которое, однако, человек может приобрести и позже – развивая определенные стороны своего мышления и изменяя свое поведение в определенных ситуациях.

Кроме того, было выявлено, что даже если человек и не является ярко выраженным природным лидером, он может обладать определенным лидерским потенциалом, и позднее, при развитии основных качеств лидерства – проявить его в полной мере.

Однако в подходе к лидерству в нашей стране и за рубежом есть небольшая разница – если в Европейских странах и США лидера воспринимают прежде всего как эффективного управленца и менеджера, то в *Казахстане, когда говорят о лидерских качествах, в первую очередь имеют в виду волевые качества, харизматичность и способность вести людей за собой.* И хотя многие тренинги и курсы лидерства являются просто копией зарубежных аналогов, часто можно встретить методы развития лидерских качеств, адаптированные под казахстанскую специфику.

К концу XX в. общее представление о природе лидерства претерпело некоторые изменения. Принято считать, что лидерство как деятельность, подобно процессу коммуникации, пронизывает всю систему управления организацией.

Дело не только в том, что назначенный администратор может быть признан организационным лидером, т.е. формальный статус сегодня желательно подкрепить фактической лидерской ролью (формальной, неформальной). Изменение причин, основ лидерства связано с новыми веяниями времени.

Современная организация проигрывает, если развивается традиционными путями, поэтому она вынуждена ориентироваться на новые направления в своем развитии. В этом трудном деле лидер становится все более зависимым от последователей, т.е. от общих знаний и новаторства группы.

Ключевым словом здесь является «новаторство», и лидерство в организации возникает уже потому, что новатор указывает путь и увлекает за собой.

Тенденция следования за лидером наблюдается сегодня как раз в организациях, требующих нововведений. Безусловно, истинный лидер во всех сферах это не только авторитетный работник, который сплачивает вокруг себя людей, но и человек, обладающий харизмой. Если руководитель мотивирован на самореализацию и совершенствуется, то он чаще всего авторитет для подчиненных.

Сегодня лидерство должно быть не сконцентрировано наверху, а рассеяно по организации и смещено от конкретной персоны к лидерскому движению в целом.

В этом смысле лидером в XXI в. не рождаются, хотя некоторые люди наделены от природы подобным магнетизмом личности, а становятся. Менеджер способен обладать лидерскими качествами (уметь мотивировать и быть инструктором), но наличия этих качеств вовсе не достаточно для лидерства.

Лидерство – это не столько умение руководить, сколько способность вести за собой на собственном примере, и этот конкретный пример должен быть вдохновляющим. Лидерство в современном понимании это и не прямое воздействие, и не интенсивное влияние.

Лидер – это личность, способная достичь не только свои личные цели, но и цели организации, личность готовая повести за собой людей и сплотить их вокруг себя.

Современное лидерство основано на коммуникации, а коммуникация – это диалог, а не односторонняя презентация. В ответ на свое послание настоящий лидер получает положительную аффективную реакцию, он становится эталоном, образцом.

Сегодня в литературе по менеджменту упор делается на «вовлечении», т. е. на одном из трех основных стилей влияния, что отвечает современному духу лидерства и сотрудничества.

Выявление проблем, мешающих этому, – лишь первый шаг в нужном направлении. Предприятиям необходимо создать условия для развития лидерского потенциала на всех уровнях организации и всячески способствовать этому развитию [15].

Одно из важнейших условий – децентрализация и делегирование полномочий, отказ от традиционных для Казахстана методов повышения ответственности сотрудников, таких как иерархический контроль, в пользу предпринимательского отношения к работе.

Опыт показывает, что распределение полномочий и ответственности оказывает сильный мотивирующий эффект на сотрудников и повышает эффективность их труда.

Не случайно большинство успешных крупных западных корпораций построены на принципах децентрализации и стимулирования предприимчивости (рисунок 46).

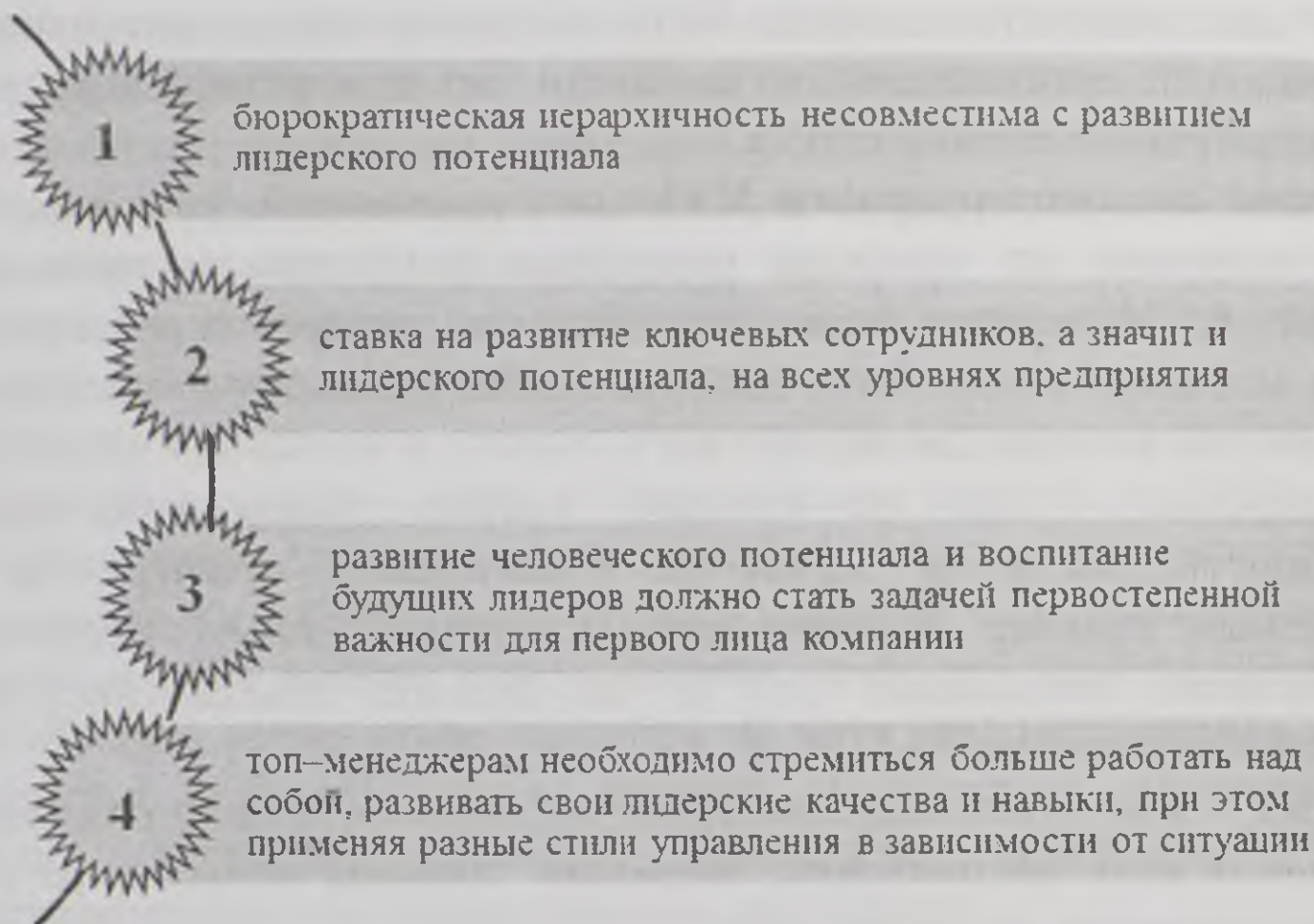


Рисунок 46 – Принципы децентрализации и стимулирования предпринимательства

Важно помнить, что стиль управления и манера поведения первого лица, как правило, воспроизводится, копируется непосредственными подчиненными, а затем повторяется на всех уровнях организации.

Демонстрируя открытость и сдержанность, показывая, что он ценит инициативу и ответственность, руководитель вызывает ответную реакцию у коллектива.

Казахстанским предпринимателям необходимо децентрализовать свои компании, делегировать полномочия лидерам на всех уровнях организации и акцентировать внимание на выстраивании системы развития и лидерского потенциала.

Таким образом, казахстанские предприятия смогут преодолеть культурные препятствия к развитию лидерства и сократить разрыв, отделяющий их от наиболее конкурентоспособных компаний мира.

Лидерство является неизбежным компонентом любого общества и существует во многих областях деятельности человека. Единственное условие для существования лидерства – наличие групп, где оно проявляется. В больших и малых группах лидеры различны.

Так, Ю.Н.Емельянов считает, что в малых группах лидером зачастую становится харизматичный авторитетный человек, который

за счет более активной роли в коллективе приобретает доминирующее положение и реализует некоторые функции, обусловленные его позицией [16].

Лидерство в предпринимательстве имеет свойства, характерные для больших групп, поскольку налицо сразу несколько групп, являющихся участниками конкурентного противостояния.

Важнейшие из них – прямые и косвенные (например, партнеры субъекта, конкурирующие с ним за более выгодные условия партнерства) конкуренты субъекта предпринимательства, его клиенты и все остальное внешнее окружение. Каждая из этих составляющих является большей или меньшей группой, а, значит, и лидерство будет проявляться в каждой из этих групп.

Лидеры в предпринимательстве обладают возможностью воздействовать на внешнее окружение, поскольку без этого они бы не были более конкурентоспособны, чем их соперники.

Данное утверждение справедливо, поскольку, например, такой показатель, как объем доли рынка субъекта предпринимательства, является показателем силы его воздействия на клиентов в силу известности, предполагаемого качества, а возможно, и престижности продукции.

Кроме того, большие масштабы производства позволяют экономить на издержках, освобождая финансовые ресурсы для развития других компонентов деятельности – качества продукции, рекламы, условий сбыта и другого.

Воздействие конкурентов проявляется посредством того, что те вынуждены не отставать от лидера в своей деятельности. Воздействие лидера в предпринимательстве на контрагентов, в свою очередь, проявляется в их заинтересованности в сотрудничестве с лидером, так как это повышает их общественную ценность по сравнению с конкурентами.

Воздействие на общественность проявляется через признание с ее стороны интегральной силы лидера по сравнению с другими представителями рынка.

Лидерство является понятием весьма сложным и многогранным. Руководителям очень часто приходится подбирать необходимый стиль, исходя из разных ситуаций. Вот почему для успешного ведения своей деятельности руководителю компании необходимо знать, какой именно стиль для него является наиболее актуальным, исходя из особенностей бизнеса.

Наиболее эффективный стиль в бизнесе – это так называемое «трансформационное лидерство».

Трансформационные руководители, как правило, бывают честными. Они умеют вдохновлять людей и с оптимизмом смотрят в будущее, они могут установить цель и мотивировать окружающих к достижению этих целей, они, как правило, дружелюбны с членами своей команды.

Существует множество стилей лидерства (рисунок 47).

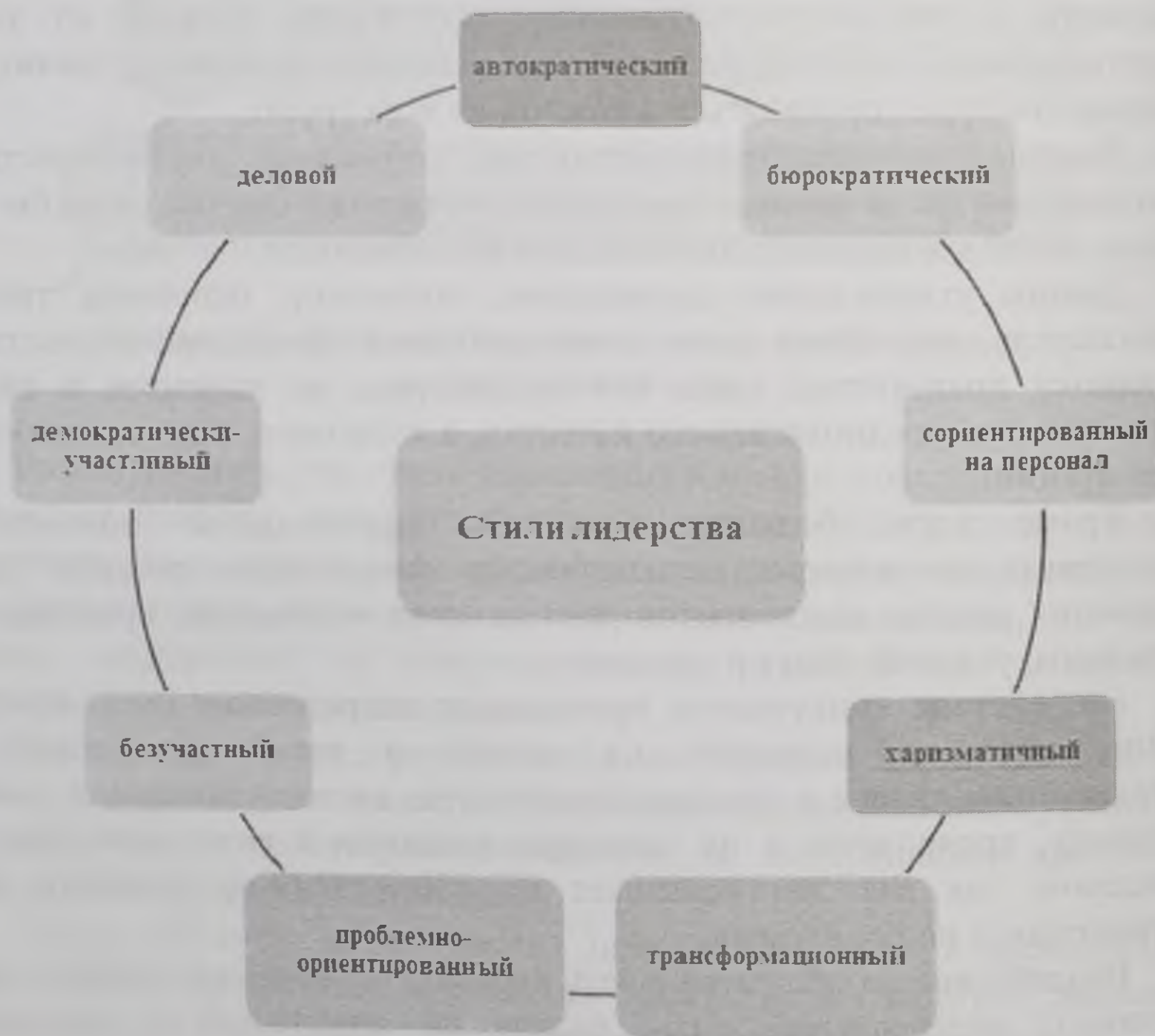


Рисунок 47 – Стили лидерства

Автократический стиль – это вид трансформационного лидерства, проявляемый в экстремальной форме. В этом случае, тот, кто ведет бизнес, сохраняет за собой право властвовать над другими людьми. У членов команды и других работников практически не бывает

возможности выдвигать предложения, даже они могут продвинуть бизнес и, вообще, полезны для компании. Однако данный стиль руководства имеет и плюс: он очень эффективен в том, что любое решение принимается быстро, а работа делается эффективно.

Автократическое лидерство особенно актуально в то время, когда бизнес переживает кризис и когда руководителю необходимо очень быстро принять решение, не отвлекаясь на разногласия. Пример такого стиля руководства наиболее наглядно можно увидеть в военной сфере, когда лидер ответственен за подчиненных.

Бюрократическая стратегия предполагает работу по «бумажке». Руководитель безукоризненно следует правилам и следит, чтобы и остальные выполняли работу как положено. Для такого вида лидерства идеально подходит бизнес в сфере, где работа сопряжена с рисками. Пример такого вида деятельности – это работа с машинным оборудованием или токсическими веществами, а также бизнес, сопряженный с большими денежными суммами.

Как говорят специалисты, лидерство в бизнесе, независимо от стиля и стратегии, необходимо для того, чтобы уметь превращать группу отдельных людей в одну команду.

Лидер должен знать, как сделать, чтобы люди работали сообща, он должен уметь их мотивировать таким образом, чтобы те старались до конца раскрывать свои способности. Лидер должен знать, как уравновесить индивидуальные устремления каждого члена команды с нацеленностью на синергию – общий результат, который должен намного превышать сумму всех индивидуальных вкладов в команде.

Стратегии лидерства

Сегодня на современном рынке бизнеса существует большое количество конкурентов, в том числе и иностранных. И это означает, что руководителям и владельцам отечественных предприятий, чтобы быть достаточно конкурентоспособными, нужно тщательно строить свои стратегии лидерства. С каждым годом число компаний, в том числе и в нашей стране, растет, и, следовательно, растет и бизнес конкуренция [16].

Главной задачей любого руководителя является правильно выбранная стратегия и контроль за выполнением всех действий, способствующих достижению успеха.

Стратегии Портера. Знаменитый американский экономист, профессор Майкл Портер выделил три основные стратегии лидерства, которые актуальны на протяжении многих десятков лет (рисунок 48).

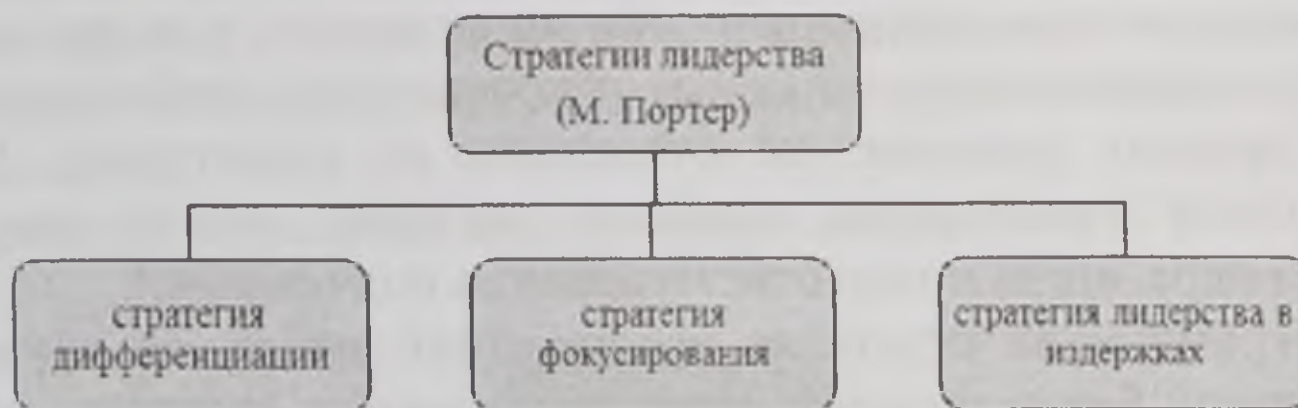


Рисунок 48 – Стратегии лидерства (М.Портер)

Главной идеей в бизнес стратегии, согласно Портеру, является тот факт, что деятельность, которую ведет конкретная компания, должна иметь свои – особенные черты, выделяющие ее из остальных. И в этом руководителям компаний поможет только правильно выбранная стратегия, которой нужно следовать.

1. *Дифференциация.* Такая стратегия как дифференциация предполагает наличие идеи о неповторимом торговом предложении. Однако с годами данная концепция изменилась: сегодня совершенно обычный товар покупателям может казаться уникальным.

Суть стратегии дифференциации подразумевает необходимость заставлять потребителей считать, что продаваемый им товар благодаря наличию какого-либо свойства является неповторимым.

Уникальность может касаться не только самого товара или способа продажи, но и системы сбыта. Именно такая стратегия – как дифференциация, создает возможность производить более дорогую продукцию, чем у конкурентных производителей. Однако в этом случае руководителю следует быть внимательным в финансовой сфере, в противном случае компания может рухнуть.

Компании, бизнес которых ведется с использованием данной стратегии, могут однажды столкнуться с большой проблемой: огромный разрыв в затратах с лидером в данной отрасли может привести к их непопулярности.

Кроме того, не исключено, что и конкуренты смогут производить аналогичные товары, что приведет к исчезновению дифференцируемого превосходства организации.

2. *Фокусирование.* Когда организацией выбирается данная стратегия лидерства, ей приходится выбирать определенную группу населения, для которой она будет производить продукцию. Сфокусировавшись на определенном сегменте, компании приходится выглядеть самой интересной на фоне остальных конкурентов. В фокусировании Майкл Портер выделил две части (рисунок 49).

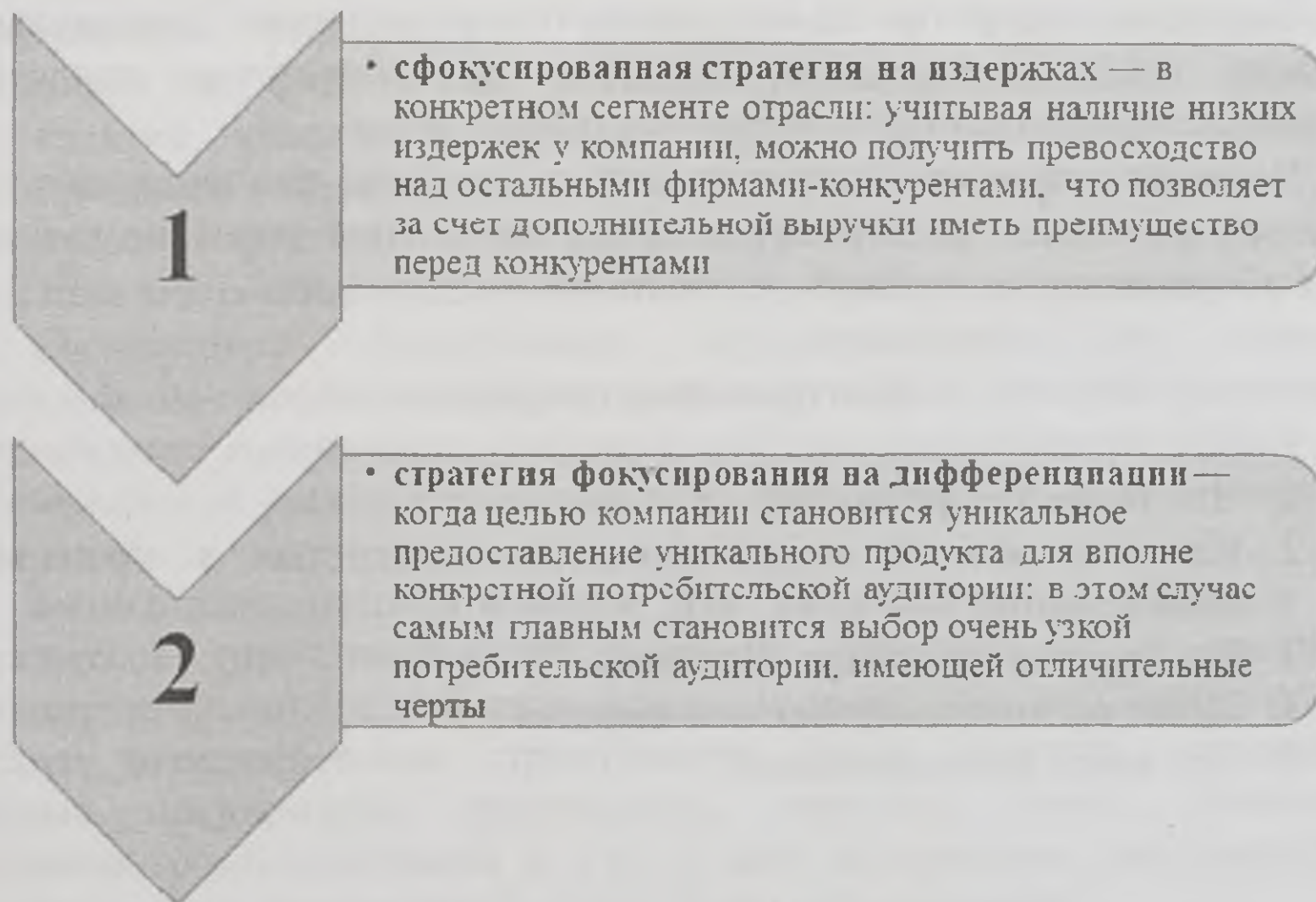


Рисунок 49 – Составные части фокусирования

3. *Лидерство по издержкам.* Стратегия лидерства по издержкам имеет весьма примитивную суть. В ее основе лежит принцип стремления к уменьшению затратной графы. Это нужно для того, чтобы стать лучшим в своей сфере именно по этому показателю.

Такой принцип работы практически не вызывает особых сложностей у работников, хотя стать самой бережливой компанией среди себе подобных зачастую бывает нелегко. Если компанией выбирается стратегия лидерства по издержкам, то ей приходится нанимать только работников с высокой производительностью труда, таких, кто сможет выполнить свою работу намного эффективнее коллег.

Одним из главных составляющих, которую имеет стратегия лидерства в низких издержках, является следующее обстоятельство:

количество издержек станет минимальным при увеличении объемов производства.

Постоянное лидерство в издержках является весьма непростой задачей. Нужно понимать, что это – не бизнес на дому, идеи для женщин, когда для получения дохода не требуется придерживаться определенных принципов, и где все просто.

Стратегия лидерства по издержкам предусматривает постоянные поиски наиболее выгодных способов для сбережения средств, использование новейшей техники управления и т. д.

На основании всего вышеизложенного отметим, что лидерство во все времена являлось, и будет являться актуальной темой не только для обсуждения, но и темой для тщательного изучения.

Контрольные вопросы

1. Что такое лидерство?
2. Как вы можете охарактеризовать лидерство в предпринимательстве.
3. Какие вы знаете стили лидерства?
4. Какие вы знаете стратегии лидерства?
5. Что такое фокусирование?

Тема 8. Форма и содержание бизнес-плана.

Структура бизнес-плана.

Технология разработки бизнес-плана

Бизнес-план – это общепринятая в мировой хозяйственной практике форма представления деловых предложений и проектов, содержащая развернутую информацию о производственной, сбытовой и финансовой деятельности предприятия и оценку перспектив, условий и форм сотрудничества на основе баланса собственного экономического интереса инициатора проекта и интересов партнеров, инвесторов, потребителей и конкурентов в достижении социально-экономических целей бизнес-проектов.

Составление бизнес-плана осуществляется на основе результатов исследований и разработок, целью которых является определение конкретного направления деятельности предприятия на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях.

Бизнес-план разрабатывается для инновационных объектов и процессов (при постановке научных исследований и опытно-конструкторских разработках новых изделий, товаров, продуктов, услуг, проектировании строительства новых объектов, создании новых предприятий, производств, торговых точек, объектов сервисного обслуживания и т.п.) и для организации деятельности действующих предприятий разных форм собственности.

При стабильной и устойчивой работе предприятия могут разрабатываться бизнес-планы проектов, направленных на обновление основных производственных фондов, развитие технологий, совершенствование систем управления. При спаде производства в кризисные периоды разрабатываются бизнес-планы проектов, направленные на поиск новых рынков, расширение сбыта продукции, ее диверсификацию и другое [17].

Бизнес-план выполняет следующие функции (рисунок 50).

Кроме этих базовых функций можно выделить такие подфункции, как:

1. повышение квалификации менеджеров за счет постоянного оценивания возможностей предприятия, его конкурентов и др., что обеспечит принятие более квалифицированных решений;

2. защита средств инвесторов, что является моральным и юридическим долгом предпринимателя;

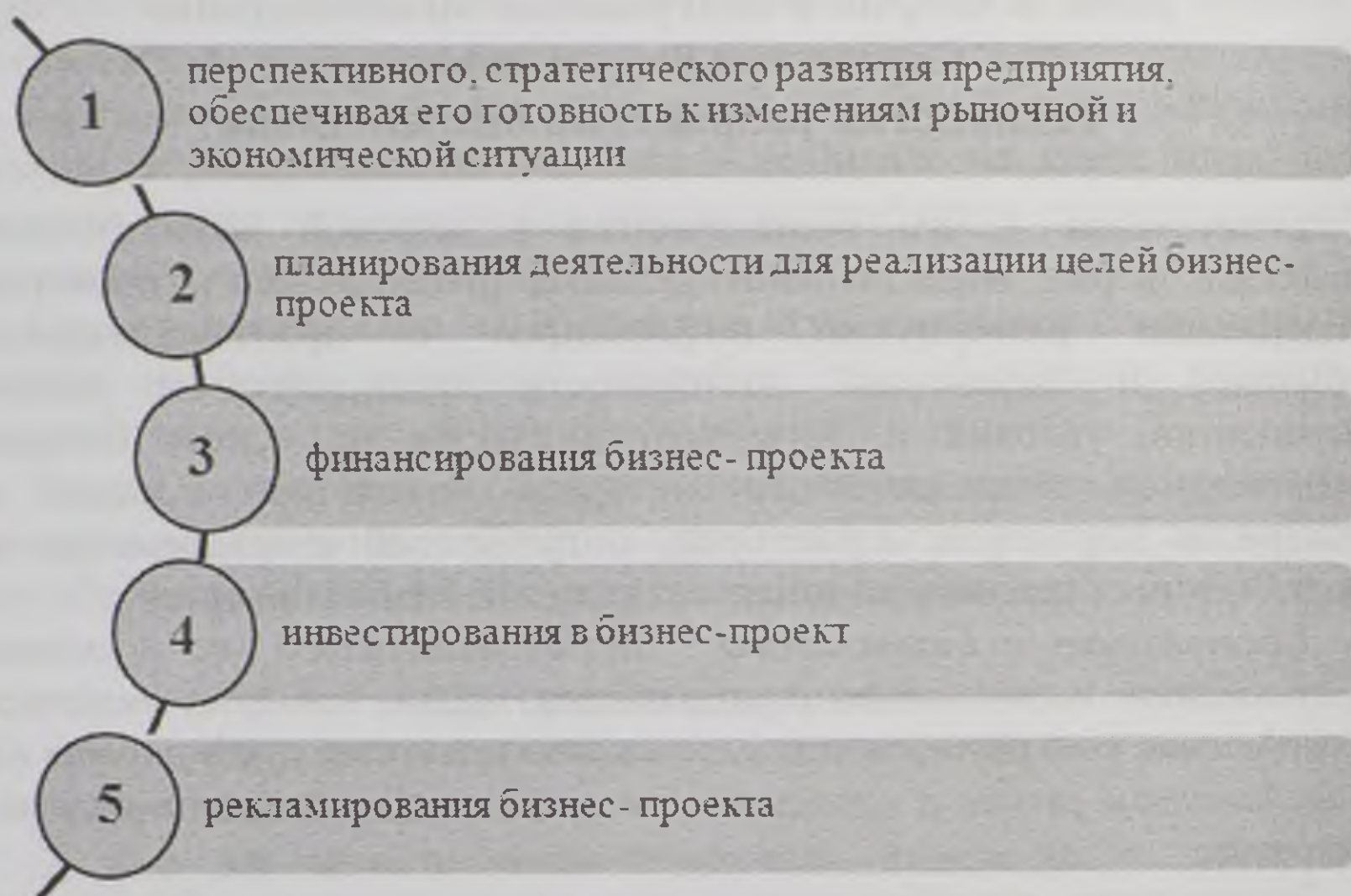


Рисунок 50 – Функции бизнес-плана

3. определение основных потребителей разрабатываемой или планируемой к производству продукции;

4. оценка конкурентов и выработка стратегии конкурентной борьбы;

5. информирование инвестора о состоянии дел предпринимателя, что очень важно для преодоления возможных финансовых проблем;

6. оценка поставщиков и выбор наилучшего варианта поставок сырья и комплектующих изделий;

7. рекламирование и формирование убеждения у потенциальных потребителей в способности предприятия производить достаточные объемы продукции высокого качества;

8. снижение вероятности банкротства благодаря выявлению возможных дорогостоящих ошибок на этапах разработки бизнес-плана.

Для составления бизнес-плана требуется следующая информация (рисунок 51):

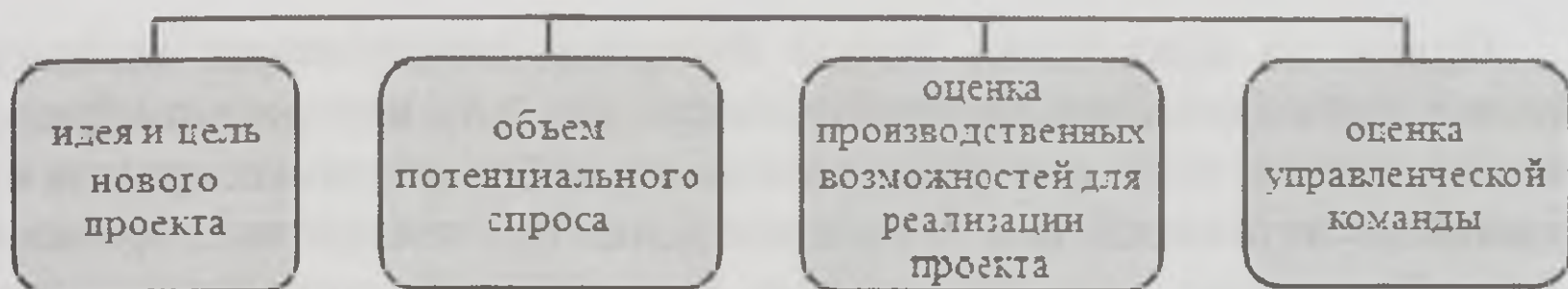


Рисунок 51 – Информация, необходимая для составления бизнес-плана

На рисунке 52 представлены обязательные элементы бизнес-плана.

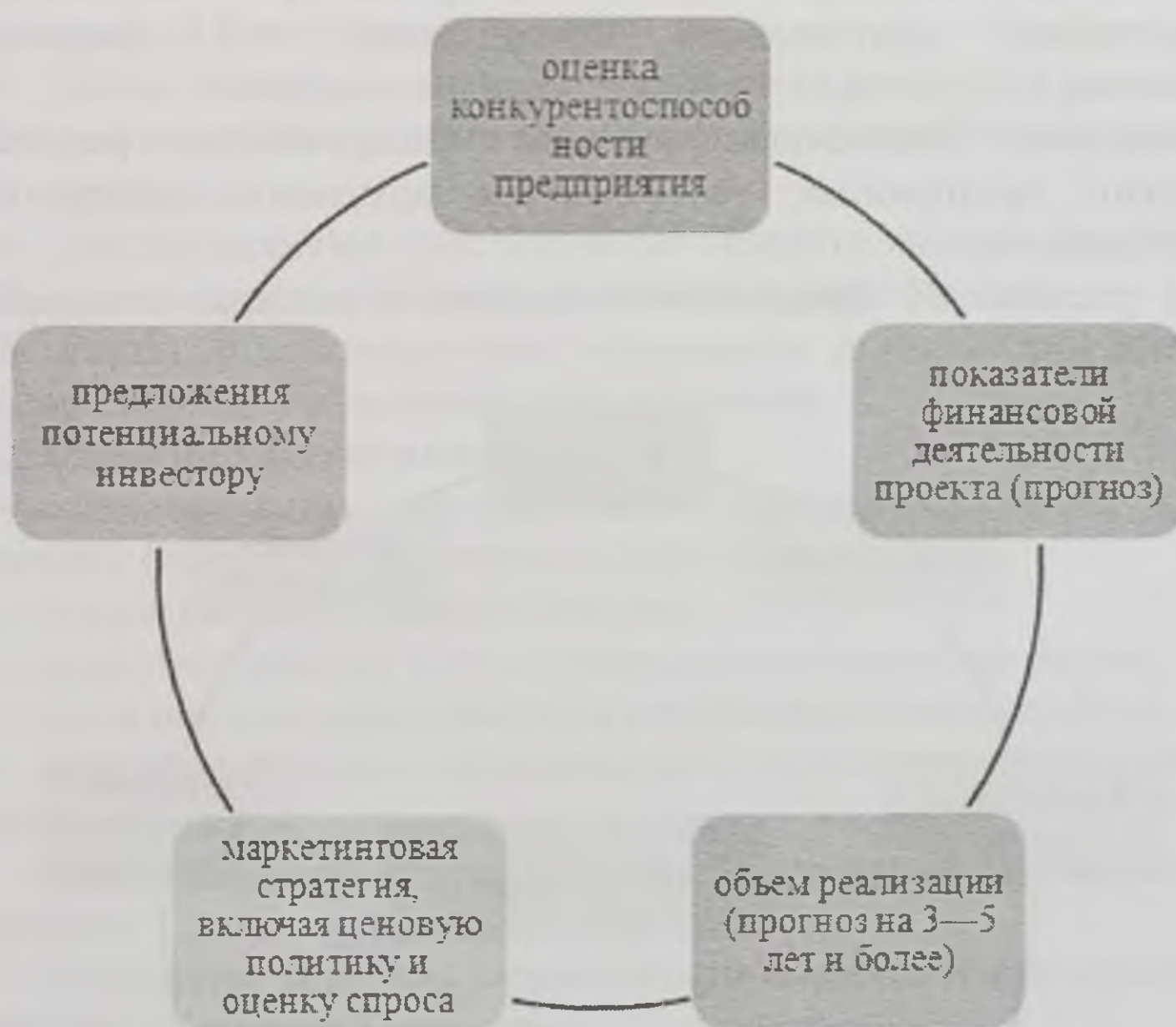


Рисунок 52 – Элементы бизнес-плана

По сведениям, которые приводятся в бизнес-плане, потенциальный партнер по совместной деятельности или инвестор будут судить: об актуальном состоянии дел на предприятии в настоящее время, перспективах его развития в последующие несколько лет, реалистичности и перспективности проекта, целесообразности сотрудничества.

Одним из важнейших этапов процесса планирования является составление бизнес-плана, необходимого как для внутрифирменного планирования, так и для обоснования получения денежных средств из внешнего источника, т. е. получения денег под конкретный проект в виде банковских ссуд, бюджетных ассигнований, долевого участия других предприятий в осуществлении проекта.

Содержание бизнес-плана

В бизнес-плане отражаются все стороны производственной и коммерческой деятельности предприятия, его финансовые результаты.

Поскольку бизнес-план является инструментом реализации стратегии предприятия, то структура документа должна быть унифицирована.

На рисунке 53 представлены основные разделы стандартного бизнес-плана.

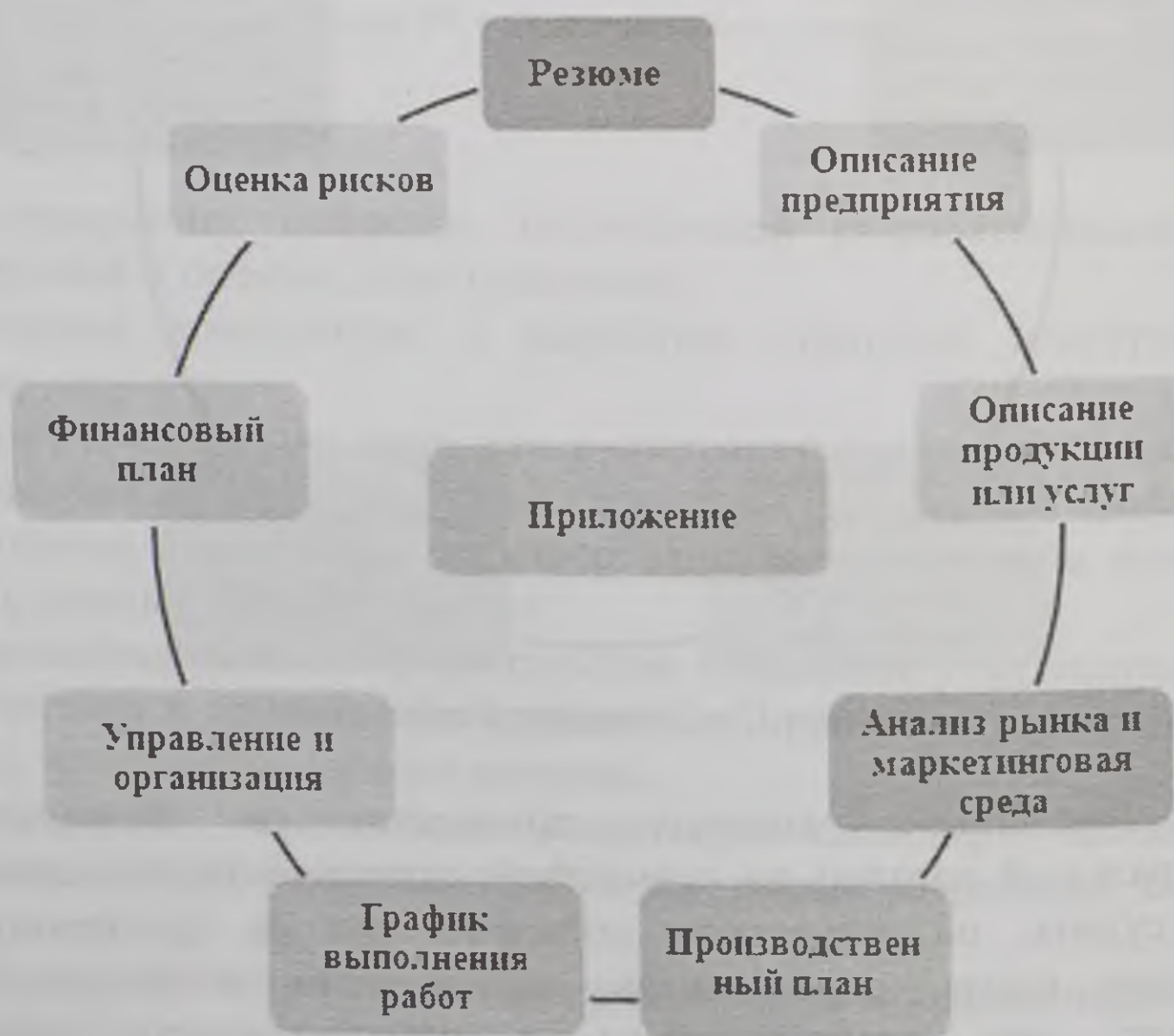


Рисунок 53 – Основные разделы бизнес-плана

1. Обзорный раздел (резюме).

Резюме – один из наиболее важных разделов бизнес-плана, так как в нем кратко отражается суть проекта. От того, как написано резюме, зависит, возникнет ли интерес у потенциальных инвесторов к предприятию.

Резюме должно содержать:

1. цель проекта;
2. краткое описание компании;
3. краткое изложение наиболее привлекательных моментов из всех остальных разделов с акцентом на положительные аспекты предлагаемой бизнес-идеи;
4. объем привлекаемых инвестиций и/или кредитных ресурсов;
5. основные финансовые показатели, характеризующие эффективность проекта;
6. предполагаемый срок и порядок возврата заемных средств;
7. номера и даты получения патентов и сертификатов;
8. факты, подтверждающие надежность деятельности предприятия, юридические и экономические гарантии.

2. Описание предприятия:

- основные виды деятельности и характер компании; профиль компании (производство, торговля или сфера услуг);
- стадия развития данного бизнеса;
- цели предприятия и его организационно-правовая форма;
- что и как компания намерена предлагать своим клиентам;
- основные технико-экономические показатели предприятия за прошлые пять лет;
- нынешние и перспективные географические рамки деятельности компании;
- показатели конкурентоспособности товаров и предприятий по конкретным рынкам и периодам;
- отличия данного предприятия от других компаний.

3. Описание продукции или услуг (рисунок 54).

4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия.

Цель анализа рынка – разъяснить, как предполагаемый бизнес намеревается воздействовать на рынок и реагировать на складывающуюся на нем обстановку, чтобы обеспечить сбыт товара.

На рисунке 55 представлена процедура анализа рынка.

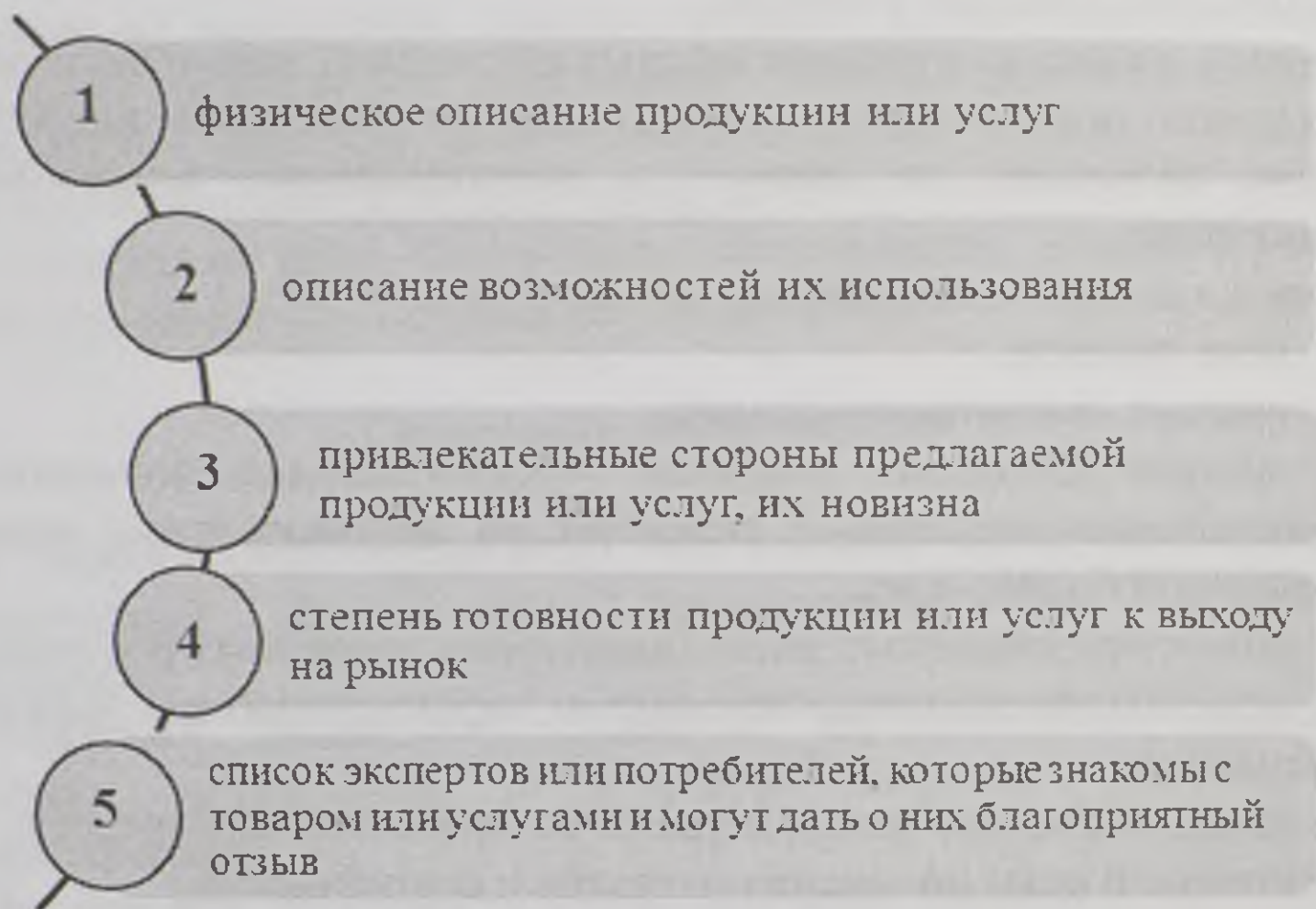


Рисунок 54 – Описание продукции или услуг

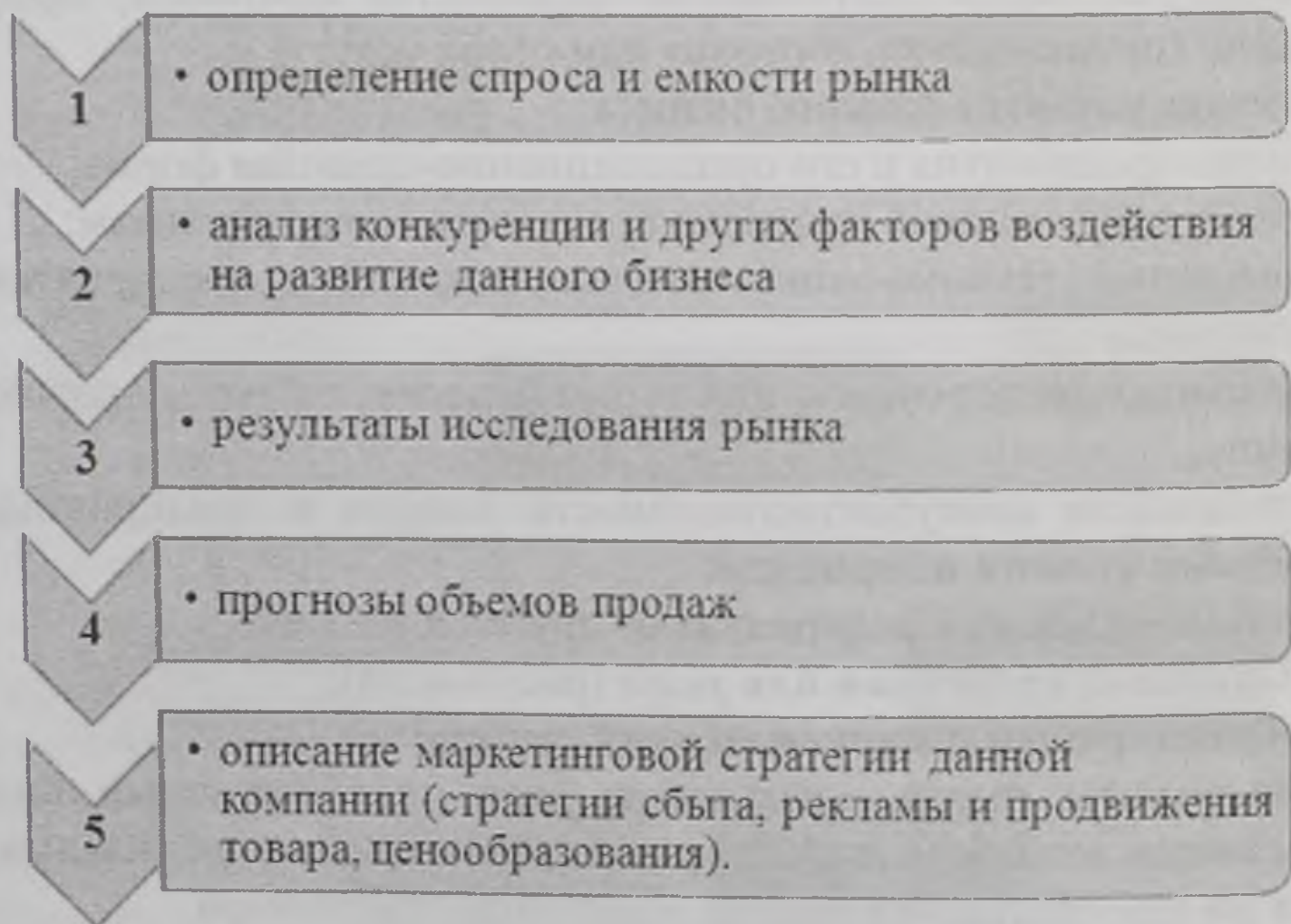


Рисунок 55 – Процедура анализа рынка

Маркетинговая стратегия включает:

- ✓ технологии и результаты сегментации рынка;
- ✓ стратегию ценообразования, прогнозы цен на товары предприятия;
- ✓ стратегии охвата рынка;
- ✓ стратегии разработки новых товаров;
- ✓ выбор ресурсной стратегии;
- ✓ выбор методов и способов распространения товаров;
- ✓ стратегию стимулирования сбыта продукции;
- ✓ выбор стратегии рекламы товара;
- ✓ выбор стратегии развития предприятия на перспективу.

5. Производственный план.

Основной производственный план содержит:

1. общий подход к организации производства;
2. необходимое сырье и материалы, их источники и условия поставки;
3. технологические процессы на производстве;
4. необходимое оборудование и его мощность.
5. требования в отношении трудовых ресурсов (производственный, инженерно-технический и административный персонал, условия труда, структура и состав подразделений, обучение персонала, предполагаемые изменения в структуре персонала по мере развития предприятия).

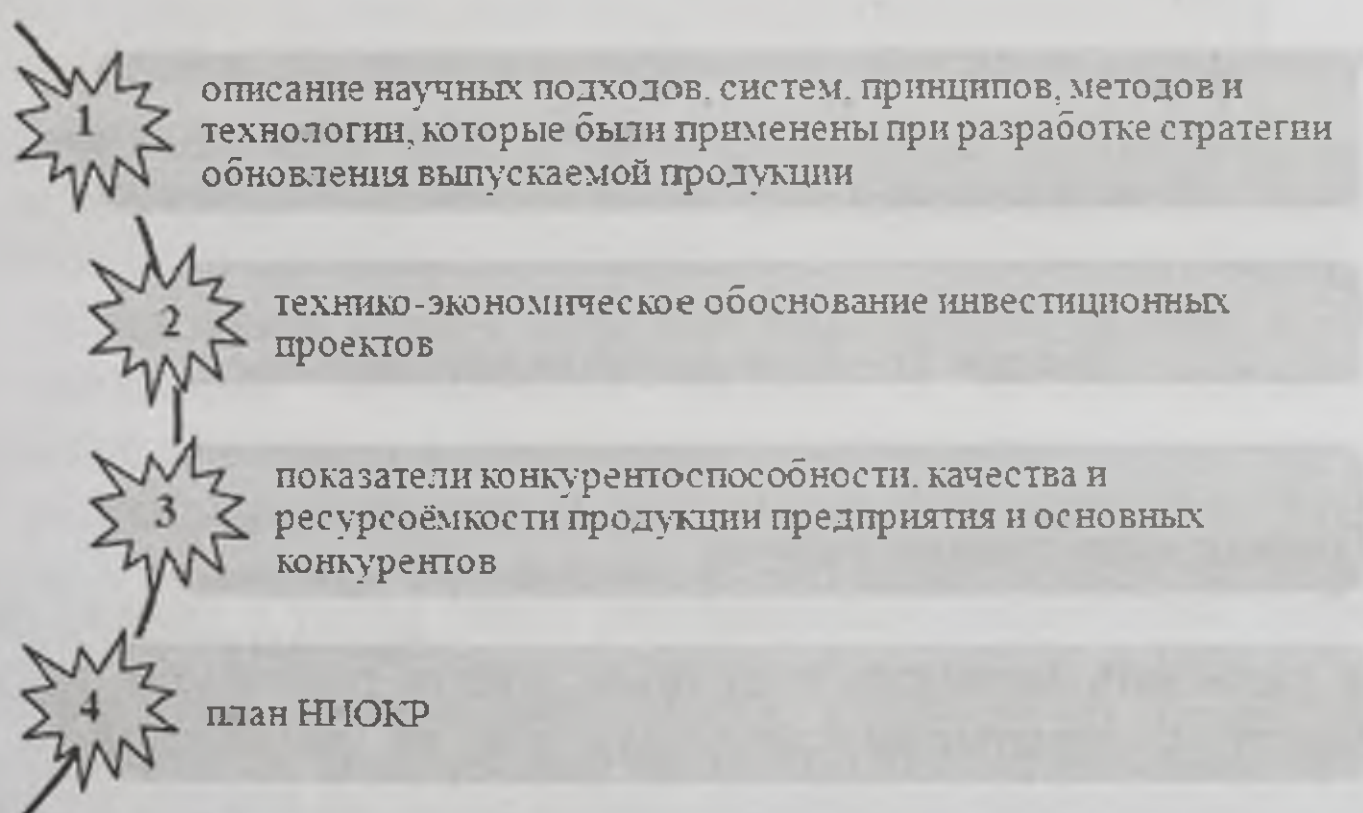


Рисунок 56 – План обновления выпускаемой продукции

План обновления выпускаемой продукции должен содержать следующие элементы, представленные на рисунке 56.

План производства и реализации продукции должен включать следующие вопросы:

1. расчет производственной мощности подразделений предприятия;
2. оперативно-календарные планы;
3. план реализации продукции;
4. анализ использования производственной мощности предприятия.

На рисунке 57 представлен план развития производства.

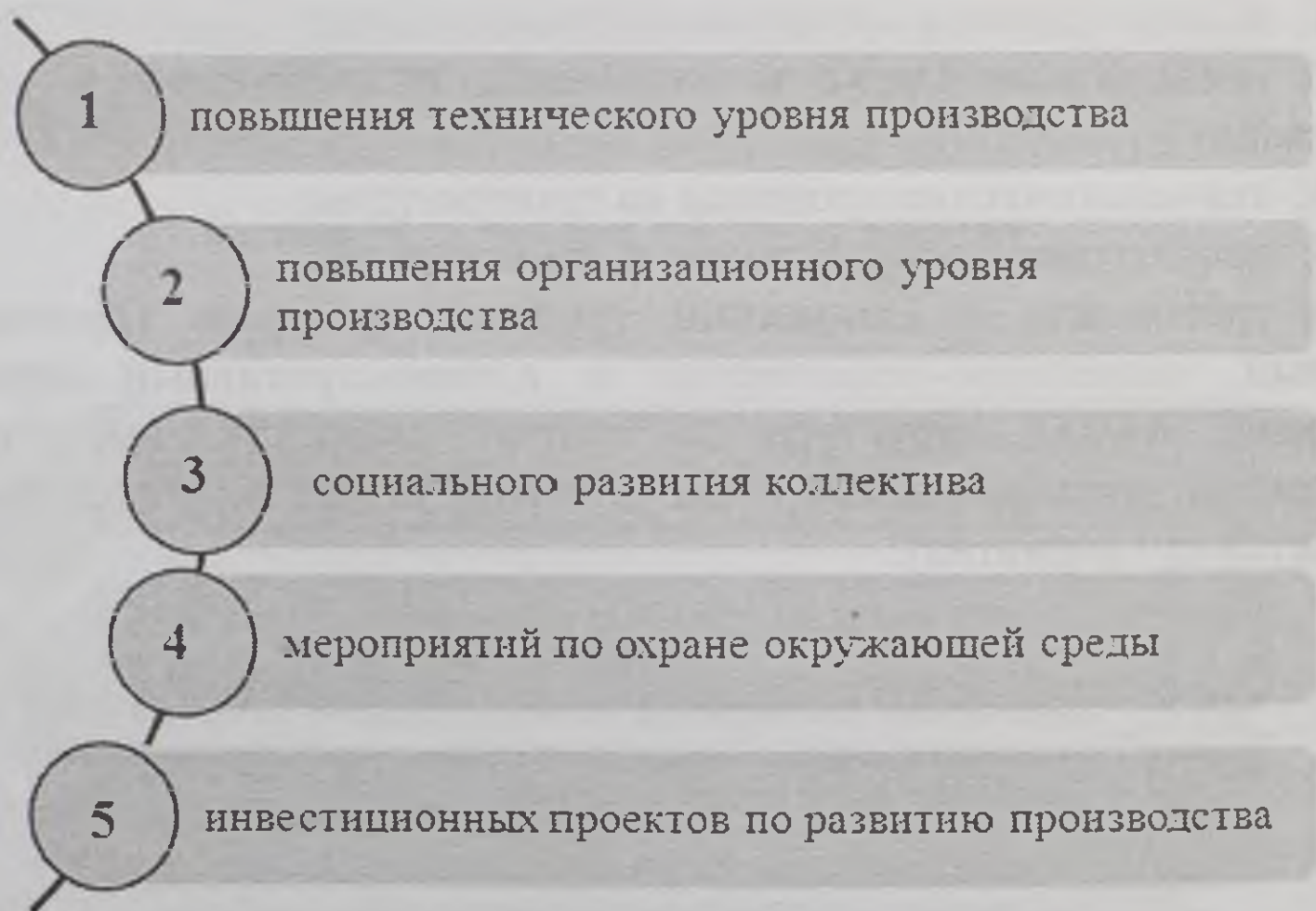


Рисунок 57 – План развития производства

6. График выполнения работ.

График выполнения (календарный план) работ в рамках проекта должен включать перечень основных этапов реализации проекта и потребности в финансовых ресурсах для их реализации, а также отражать планируемые временные рамки работ на каждом из этапов.

На рисунке 58 представлен план обеспечения производства.

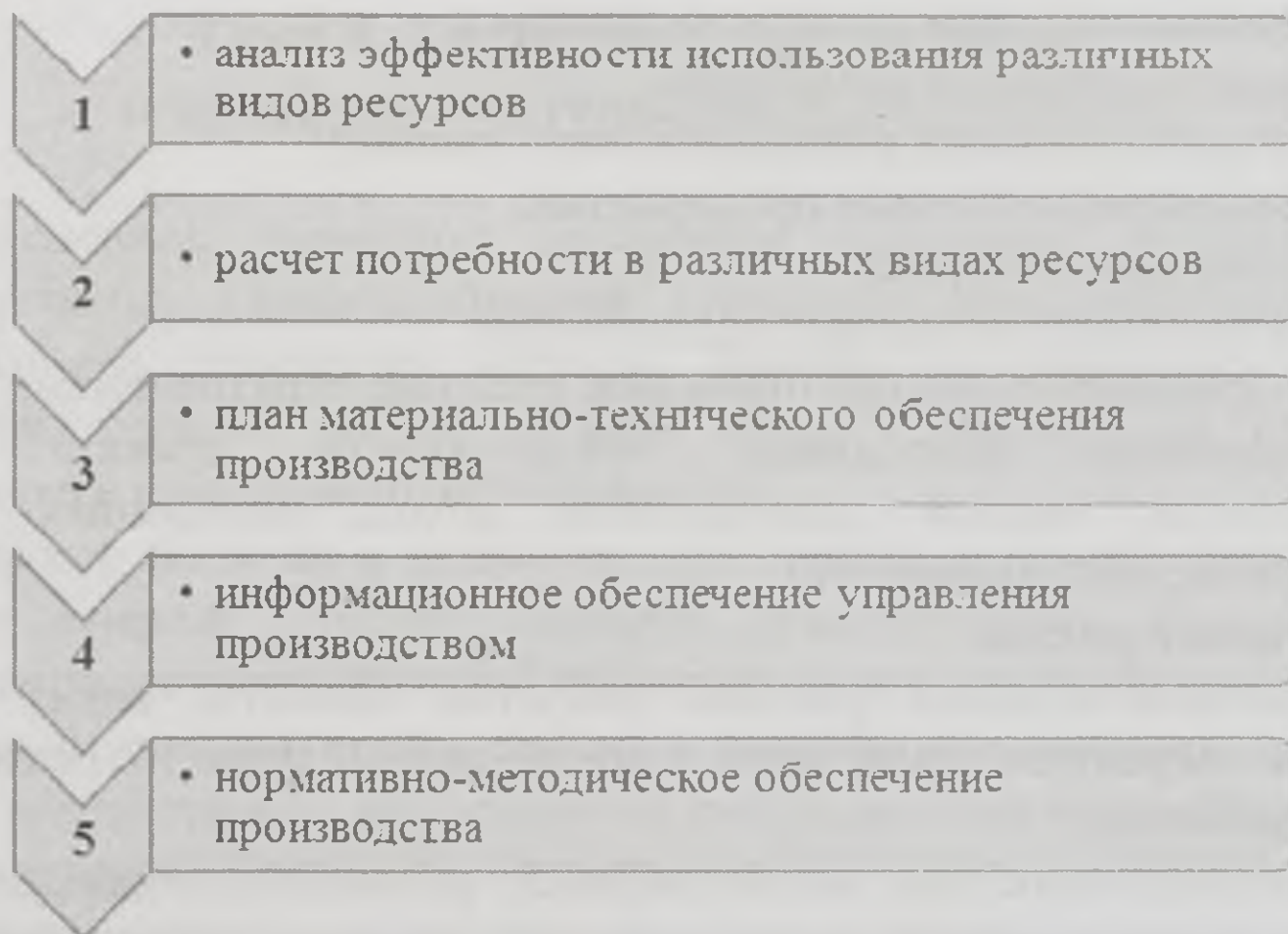


Рисунок 58 – План обеспечения производства

7. Управление и организация.

Управление предприятием включает:

1. описание основных участников предприятия (предприниматель и его партнеры, инвесторы, члены совета директоров, занимающие ключевые посты сотрудники и т. д.);
2. организационная схема компании, показывающая внутренние связи и распределение ответственности в рамках организации;
3. порядок подбора, подготовки и оплаты труда сотрудников.

Организация реализации бизнес-плана предусматривает:

- ✓ разработку, согласование и утверждение программы реализации стратегических планов;
- ✓ организацию учета и контроля выполнения планов;
- ✓ мотивацию выполнения планов в установленные сроки, требуемого качества и с намеченными затратами;
- ✓ регулирование процесса реализации стратегических планов при появлении изменений во внешней и внутренней среде предприятия.

8. Финансовый план.

Финансовый план должен быть согласован с материалами, представленными в остальных частях бизнес-плана, поскольку в нем обобщаются и представляются в стоимостном выражении все разделы бизнес-плана.

В финансовый план должны включаться:

1. прогноз объемов реализации;
2. баланс денежных расходов и поступлений;
3. финансовый бюджет предприятия;
4. прогнозный баланс;
5. операционный бюджет предприятия;
6. управление ценными бумагами, рисками, страхованием;
7. основные показатели эффективности проекта (срок окупаемости, чистый приведенный доход, внутренняя норма доходности, рентабельность).

9. Оценка рисков.

В разделе «Оценка рисков» требуется оценить, какие риски наиболее вероятны для проекта и во что они в случае их реализации могут обойтись

Ответ на вопрос, как минимизировать риски и возможные потери от них, должен состоять из двух частей: описание организационных мер профилактики рисков и изложение программы самострахования или внешнего страхования.

10. Приложение.

В данный раздел включаются документы, подтверждающие или дополняющие информацию, которая содержится в бизнес-плане, например, биографии управленческого персонала, результаты исследования рынка, заключения аудиторов, фотографии образцов продукции, план производственных площадей, договоры, гарантийные письма.

В разработке бизнес-плана важнейшая часть — финансовая, основанная на анализе и оценке денежных потоков, генерируемых финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, расчете основных показателей их эффективности.

Контрольные вопросы

1. Что такое бизнес-план?
2. Назовите основные функции бизнес-плана.
3. Какие вы знаете основные элементы бизнес-плана?
4. Содержание и структура бизнес-плана.
5. Охарактеризуйте основные разделы бизнес-плана.

Тема 9. Хозяйственные договоры в предпринимательской деятельности

В условиях рыночной экономики основным инструментом регулирования взаимоотношений субъектов предпринимательской деятельности становится *договор*. Именно он является главной правовой формой экономического оборота, определяет права и обязанности сторон, их ответственность.

Вопрос о понятии и сущности предпринимательского договора в первую очередь требует анализа существующих подходов к пониманию договора. Разнообразие подходов к этой проблеме уходит корнями в римское право, согласно положениям которого, договор можно рассматривать как основание возникновения правоотношения, как само правоотношение, возникшее из этого основания или как форму, которую соответствующее правоотношение принимает.

Современные представления о договоре вобрали в себя вышеназванные аспекты: наряду с признанием договором соглашения двух или нескольких лиц о возникновении, изменении или прекращении гражданских правоотношений, под договором понимается юридический факт, правоотношение, документ, фиксирующий акт возникновения обязательства по воле всех его участников и другое.

С учетом сказанного, наиболее приемлемым представляется подход, в соответствии с которым договор как многопонятийное понятие представляет собой соглашение сторон, юридический факт и правоотношение, им порожаемое.

Предпринимательский договор – это соглашение, заключаемое в целях осуществления предпринимательской деятельности, стороны или одна из сторон которого выступают в качестве субъектов предпринимательской деятельности.

Предпринимательские договоры обладают целым рядом особенностей, присущих только им. Специфическими признаками хозяйственного договора, по мнению одного из теоретиков советского хозяйственного права А.Г.Быкова, являлись: специальный субъектный состав; опосредствование хозяйственным договором особой сферы общественных отношений; плановый характер хозяйственного договора [18].

Конечно, в современных условиях уже не сможет найти применения существовавшее ранее деление договоров на плановые и неплановые.

Как верно замечено Е.А.Сухановым, безвозвратно ушли в прошлое конструкции хозяйственного договора, отличавшегося от нормального, гражданского договора лишь тем, что его участники ни о чем не договаривались друг с другом, а объявлялись сторонами договора по указаниям планово-регулирующих органов [18].

Но, несмотря на это, другие признаки хозяйственного договора сохраняют свою актуальность и в условиях рыночных отношений.

С.А.Паращук называет следующие особенности предпринимательского договора (рисунок 59).

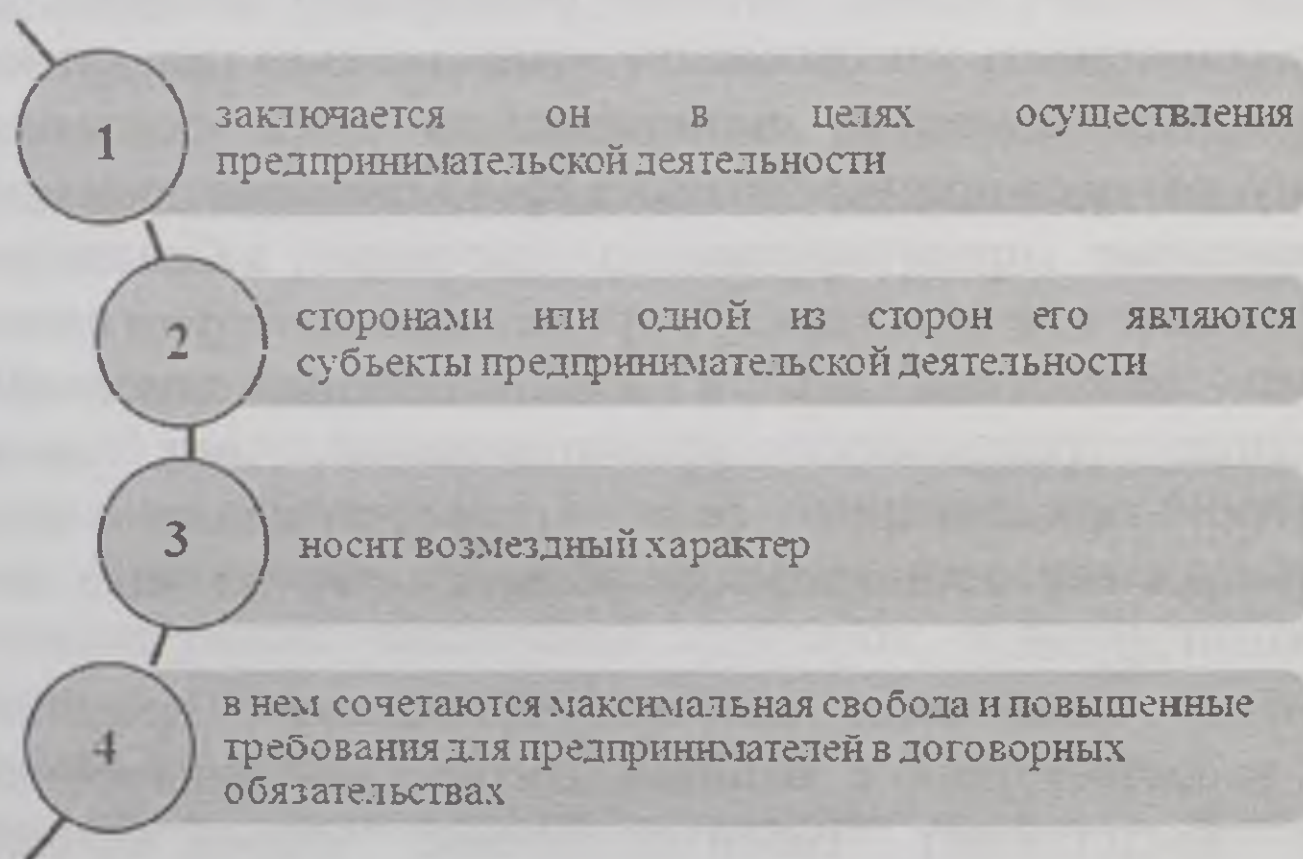


Рисунок 59 – Особенности предпринимательского договора

В.С. Белых выделяет такие критерии отнесения договора к разряду предпринимательского (рисунок 60).

С.С.Занковский критически оценивает подход отдельных исследователей к тому, что для признания договора предпринимательским достаточно того, чтобы хотя бы одна из сторон являлась субъектом предпринимательской деятельности (как предлагает, например, С.А.Паращук), но считает возможным отнести к предпринимательским договорам – договоры с участием некоммерческих организаций, осуществляющих предпринимательскую деятельность (также как, например, В.С.Белых) [18].

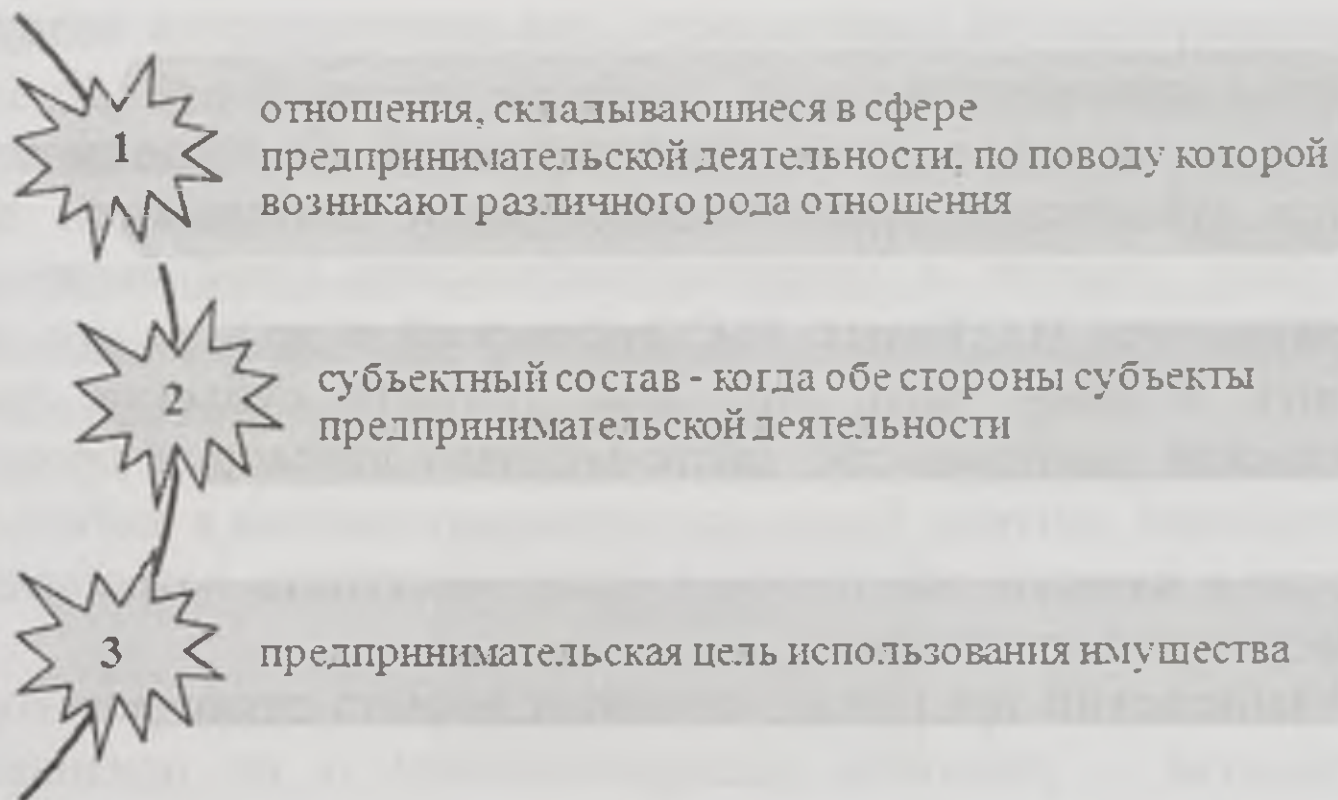


Рисунок 60 – Критерии отнесения договора к разряду предпринимательского

Однако вряд ли возможно согласиться с тем, чтобы в качестве существенного признака предпринимательского договора был назван такой, как «сочетание максимальной свободы и повышенных требований для предпринимателей в договорных обязательствах», поскольку он характерен не для предпринимательских договоров, как таковых, а для предпринимательской деятельности в целом, поэтому, скорее всего, здесь разговор может идти о принципе законодательства, чем о признаке договора.

Также вызывает сомнение целесообразность выделения такого признака, как «отношения, складывающиеся в сфере предпринимательской деятельности, по поводу которой возникают различного рода отношения».

Сама формулировка является весьма неудачной – в сфере предпринимательства возникает масса отношений и как отделить одни – от других, если, как верно подмечено, они являются отношениями «различного рода»? Ведь этот критерий предложен для отграничения одних отношений от других, но как его применить на практике неясно.

Еще одним признаком, не имеющим существенного значения для признания договора предпринимательским, является возмездный характер этого договора, поскольку главным и определяющим будет признак – предпринимательская цель договора, которая и предопределяет и возмездный характер и другие признаки

предпринимательской деятельности, для осуществления которой эти договоры и заключаются.

Что касается тезиса о том, что только если обе стороны договора являются субъектами предпринимательской деятельности договор может быть отнесен к предпринимательским (этой точки зрения придерживаются В.С.Белых, С.С.Занковский и др.), то его следует отклонить в силу того, что для стороны субъекта предпринимательской деятельности, заключающего договор в процессе ее осуществления, договор будет предпринимательским в любом случае, даже если в качестве контрагента будет выступать потребитель или некоммерческая организация.

С.С.Занковский предлагает квалифицировать такие договоры как обязательства с участием предпринимателя и не признавать их предпринимательскими, но не учитывает тот факт, что для предпринимателя, заключающего договор в процессе осуществления предпринимательской деятельности, не имеет принципиального значения вопрос о том, кто будет другой стороной договора – предприниматель или иной участник, удовлетворяющих свои бытовые или личные потребности [18].

Указанные договоры тоже являются предпринимательскими, но, конечно, обладают определенной спецификой, и потому могут быть названы как односторонне-предпринимательские договоры, тогда как договоры, заключенные между субъектами предпринимательской деятельности при ее осуществлении могут быть охарактеризованы как предпринимательские договоры в чистом виде.

На рисунке 61 указаны главные и определяющие признаки предпринимательского договора.

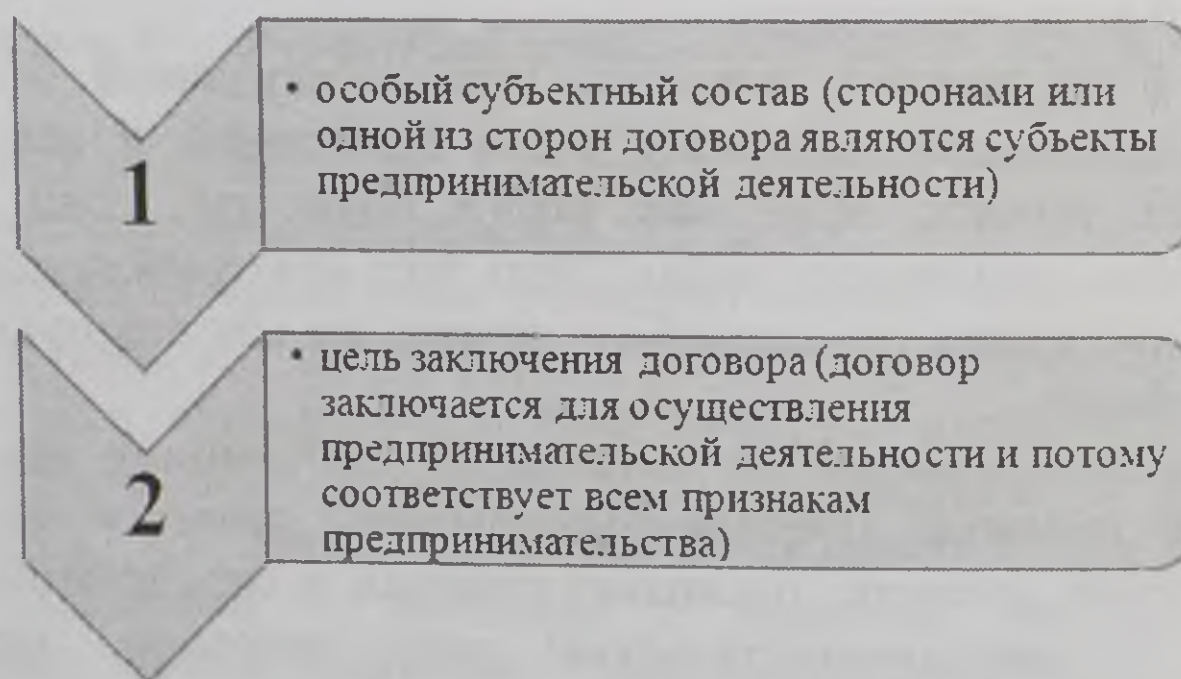


Рисунок 61 – Признаки предпринимательского договора

Функции предпринимательского договора представлены на рисунке 62. Эти функции являются общими, характерными для всех предпринимательских договоров (хотя в литературе существуют и другие мнения относительно функций, выполняемых предпринимательскими договорами, например, выделяют: функцию оптимизации внутренних отношений коммерческой организации; а также компенсационную и карательную функции).

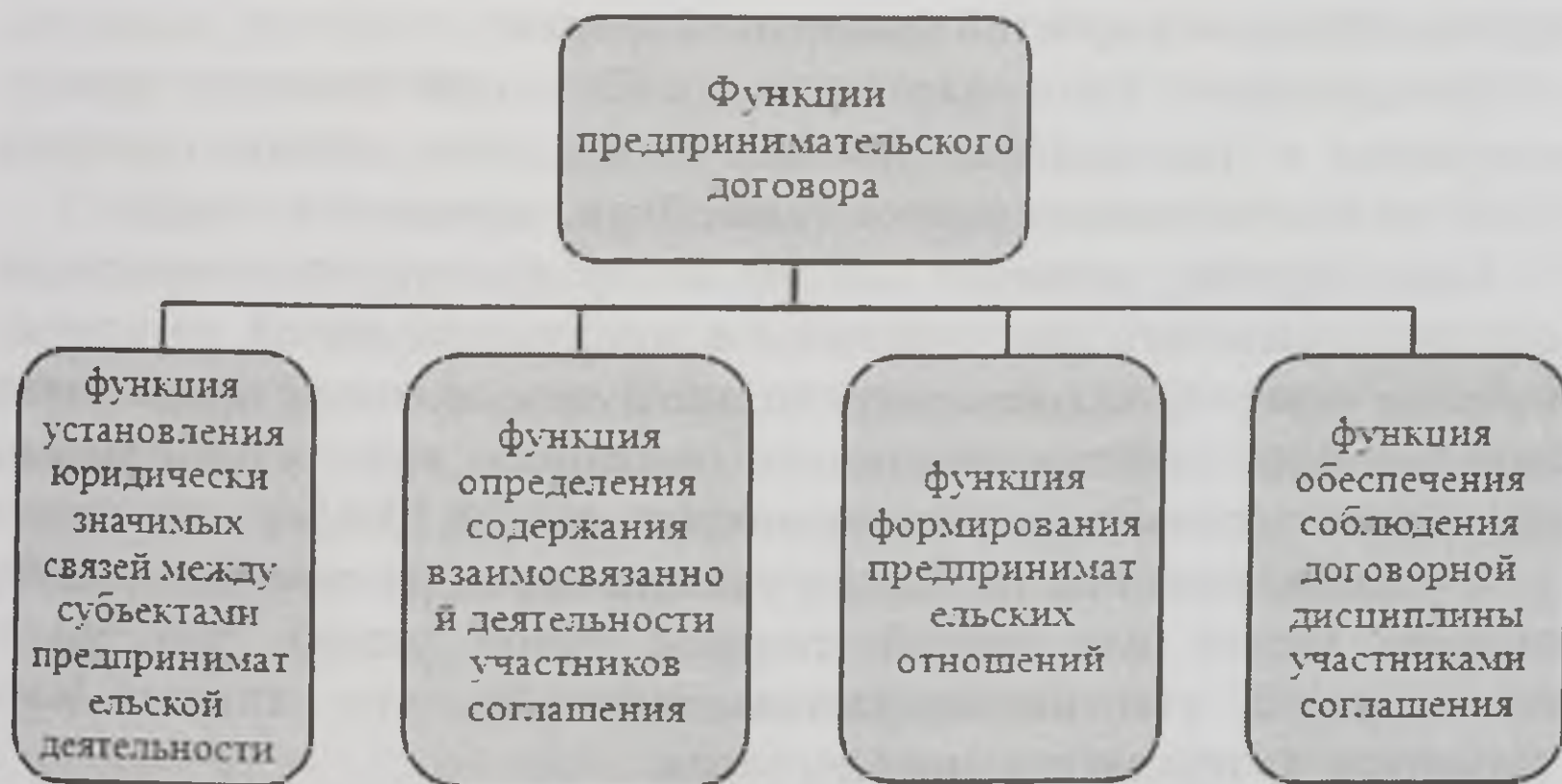


Рисунок 62 – Функции предпринимательского договора

Форма предпринимательского договора регулируется общими правилами, относящимися к форме сделок и договоров, а также специальными правилами, относящимися к форме различных видов предпринимательских договоров. По общему правилу сделки совершаются устно или в письменной форме (простой или нотариальной).

Сделки, осуществляемые в процессе предпринимательской деятельности, кроме сделок, исполняемых при самом их совершении (реальные сделки), если для отдельных видов сделок иное специально не предусмотрено законодательством или не вытекает из обычаев делового оборота; а также сделки, совершаемые на сумму свыше ста МРП, за исключением реальных сделок; должны совершаться в письменной форме (п. 1 ст. 152 ГК РК) [1].

Несоблюдение простой письменной формы сделки, не влечет ее недействительность, но лишает стороны права в случае спора

подтверждать ее совершение, содержание или исполнение свидетельскими показаниями; но стороны вправе подтверждать совершение, содержание или исполнение сделки письменными или иными, кроме свидетельских показаний, доказательствами.

В случаях, прямо указанных в законодательных актах или в соглашении сторон, несоблюдение простой письменной формы сделки влечет ее недействительность (в соответствии с п. 3 ст. 153 ГК РК внешнеэкономические сделки признаются недействительными при несоблюдении простой письменной формы).

Гражданским законодательством РК определяется порядок изменения и расторжения договора, при этом общим правилом является невозможность одностороннего расторжения договора.

Если стороны, заключая договор, не предусмотрели возможность одностороннего его расторжения по инициативе одной из сторон, тогда он может быть расторгнут только судом, и только при наличии определенных обстоятельств, а именно: при существенном нарушении договора другой стороной (ст. 401 ГК РК) [1].

Существенным признается нарушение договора одной из сторон, которое влечет для другой стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишается того, на что вправе была рассчитывать при заключении договора.

Соглашение об изменении и расторжении договора совершается в той же форме, что и договор, если из законодательства, договора или обычаев делового оборота не вытекает иное. Требование об изменении или расторжении договора может быть заявлено стороной в суд только после получения отказа другой стороны на предложение изменить или расторгнуть договор либо неполучения ответа в срок, указанный в предложении или установленный договором либо законодательством, а при его отсутствии – в тридцатидневный срок.

При расторжении договора обязательства сторон прекращаются, а при изменении продолжают действовать, но в измененном виде. Моментом прекращения и изменения обязательств является заключение соглашения сторон об изменении или расторжении договора, а при расторжении или изменении договора в судебном порядке – с момента вступления в законную силу решения суда о расторжении или изменении договора.

Односторонний отказ от исполнения договора (отказ от договора) допускается в случаях, предусмотренных гражданским законо-

дательством, иными законодательными актами или соглашением сторон.

Так, одна из сторон вправе отказаться от исполнения договора в случаях: невозможности исполнения обязательства, основанного на договоре (ст. 374 ГК РК прекращение обязательства невозможностью исполнения, если она вызвана обстоятельством, за которое должник не отвечает); признания в установленном порядке другой стороны банкротом; изменения или отмены акта государственного органа, на основании которого заключен договор; а также в случае, когда договор заключен без указания срока, если иное не предусмотрено законодательством или соглашением сторон [1].

Стороны не вправе требовать возвращения того, что было исполнено ими по обязательству до момента расторжения или изменения договора, если иное не установлено законодательством или соглашением сторон. Если основанием для расторжения или изменения договора послужило существенное нарушение договора одной из сторон, другая сторона вправе требовать возмещения убытков, причиненных изменением или расторжением договора.

Контрольные вопросы

1. Что такое предпринимательский договор?
2. Назовите основные особенности предпринимательского договора.
3. Какие Вы знаете функции предпринимательского договора?
4. Каковы признаки предпринимательского договора?
5. В чем особенности изменения и расторжения предпринимательского договора?

Тема 10. Налогообложение в предпринимательстве

Налоги составляют обязательный элемент рыночной экономики. Для того чтобы государство имело возможность обеспечивать бюджетные организации, выплачивать социальные пособия, содержать всевозможные некоммерческие структуры, нужны средства.

Для этого организации и индивидуальные предприниматели должны платить налоги. Таким образом, система налогообложения – это совокупность всех налогов и сборов, которые в установленном порядке взимаются с участников коммерческой деятельности в соответствии с действующим законодательством.

Налоговая система регулируется Налоговым кодексом Республики Казахстан. В отношении некоторых налогов субъектами Республики Казахстан могут вноситься свои поправки, которые влияют на выбор вида налогообложения. Выбор системы налогообложения – один из самых волнующих вопросов начинающих предпринимателей. Это решение должно быть обдуманным, ведь именно от него зависит, сколько налогов нужно платить и как часто придётся сдавать отчетность [19].

При установлении налогов должны быть определены все элементы налогообложения (рисунок 63).



Рисунок 63 – Элементы налогообложения

Налог считается установленным лишь в том случае, когда определены налогоплательщики и элементы налогообложения.

В необходимых случаях при установлении налога в акте законодательства о налогах и сборах могут предусматриваться налоговые льготы и основания для их использования налогоплательщиком. При установлении сборов определяются их налогоплательщики и элементы обложения применительно к конкретным сборам.

Организации и индивидуальные предприниматели облагаются в рамках либо общего режима налогообложения, либо специального налогового режима. Общий режим налогообложения предусматривает уплату налога на прибыль (доход), НДС, налога на имущество.

Обложение в рамках специального налогового режима означает, что субъекты предпринимательства применяют особый порядок начисления и уплаты налогов и сборов в течение определенного времени. Этот порядок устанавливает НК РК. Установление этих специальных налоговых режимов в настоящее время базируется на следующих основаниях:

1. Специальные режимы направлены на создание более щадящего налогового бремени, в основном для субъектов малого и среднего бизнеса. Это обосновано тем, что государственным приоритетом является создание конкурентной среды в развитии рыночной экономики, а она возможна лишь при определенном балансе присутствия на рынке большой массы организаций и индивидуальных предпринимателей.

2. Важнейшим принципом налогообложения является принцип экономии. Малые и средние субъекты предпринимательской деятельности не имеют возможности сократить удельные расходы по исчислению, учету и отчетности по налогам, не могут содержать достаточный штат квалифицированных специалистов для организации налогообложения по общеустановленной системе. В то же время, и налоговые органы несут довольно весомые расходы по налоговому администрированию массы мелких налогоплательщиков. Все это может привести к тому, что сумма собранных налогов не покрывает расходов на их взимание.

3. Любая система налогообложения эффективна, поскольку в ее рамках можно наладить действенный налоговый контроль. В настоящее время, существуют отдельные виды деятельности, денежный оборот которых, в сложившихся условиях, сложно

проконтролировать. О нем можно судить по более или менее адекватным оценкам. Участникам рынка, осуществляющим эти виды деятельности, проще «вменить» получение дохода, основываясь на статистической и налоговой информации о доходах, получаемой от такой деятельности в прошлом.

При установлении специальных налоговых режимов элементы налогообложения и налоговые льготы определяются в порядке, предусмотренном НК РК. Выбор подходящего налогового режима необходимо осуществить при постановке на регистрационный учет в качестве ИП при подаче налогового заявления [19].

При этом, неосуществление выбора специального налогового режима в налоговом заявлении будет считаться согласием вновь созданного ИП на общеустановленный порядок налогообложения (последующий переход на специальный налоговый режим возможен не ранее чем через один календарный год применения общеустановленного порядка).

В случае выбора в налоговом заявлении специального налогового режима без предоставления на бумажном носителе или в электронном виде, в том числе посредством веб-портала «электронное правительство», расчета по патенту, к ИП, с даты государственной регистрации в качестве ИП в налоговых органах, будет применяться специальный налоговый режим на основе упрощенной декларации.

В Казахстане для ИП существуют следующие режимы налогообложения (рисунок 64).

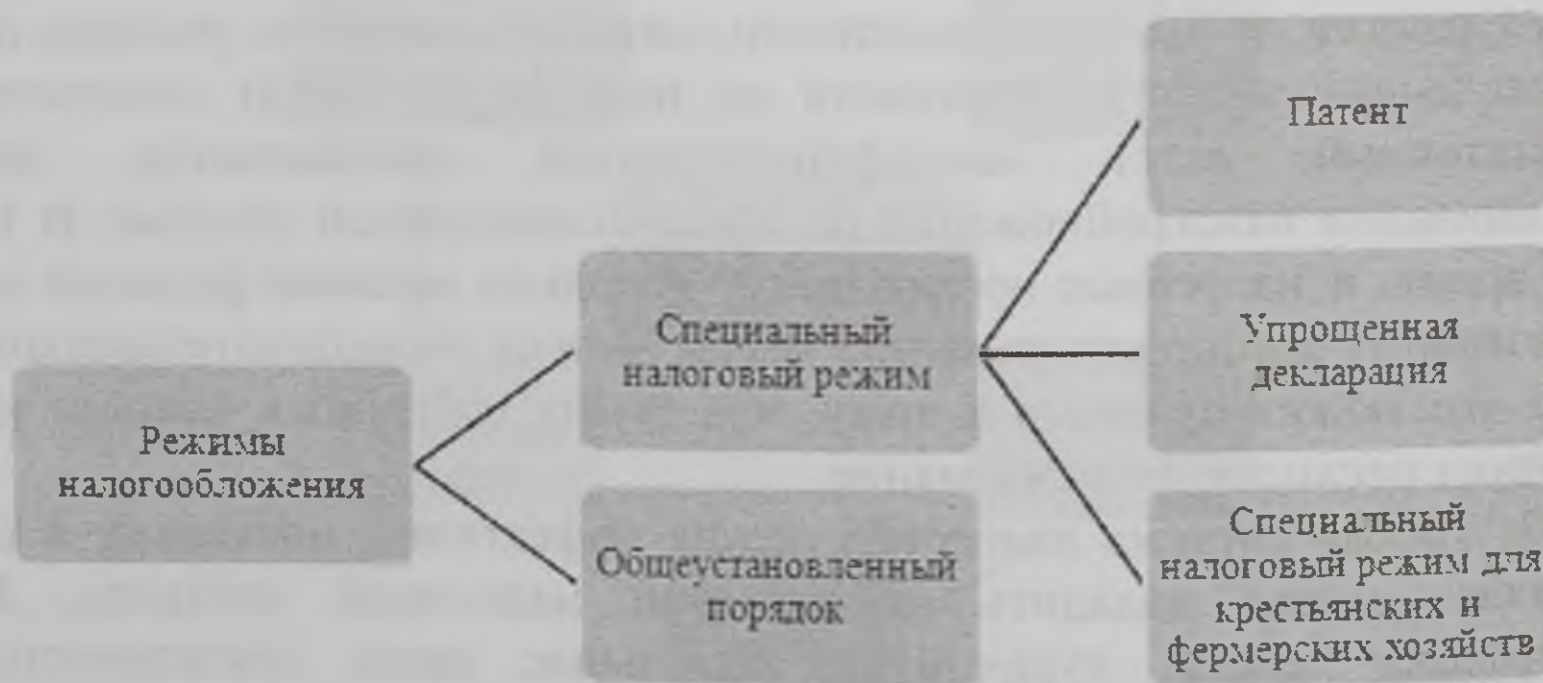


Рисунок 64 – Режимы налогообложения в Казахстане

Специальный налоговый режим (СНР) – особый порядок расчетов с бюджетом, устанавливаемый для отдельных категорий налогоплательщиков и предусматривающий применение упрощенного порядка исчисления и уплаты отдельных видов налогов и платы за пользование земельными участками, а также представления налоговой отчетности по ним.

Согласно пункта 3 статьи 428 Налогового Кодекса РК СНР не вправе применять [19]:

- 1) юридические лица, имеющие филиалы, представительства;
- 2) филиалы, представительства юридических лиц;
- 3) налогоплательщики, имеющие иные обособленные структурные подразделения и (или) объекты налогообложения в разных населенных пунктах;
- 4) юридические лица, в которых доля участия других юридических лиц составляет более 25 процентов;
- 5) юридические лица, у которых учредитель или участник одновременно является учредителем или участником другого юридического лица, применяющего специальный налоговый режим;
- 6) налогоплательщики, оказывающие услуги на основании агентских договоров (соглашений).

Для целей настоящего подпункта под агентскими договорами (соглашениями) понимаются договоры (соглашения) гражданско-правового характера, заключенные в соответствии с законодательством Республики Казахстан, по которым одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны определенные действия от своего имени, но за счет другой стороны либо от имени и за счет другой стороны;

- 7) некоммерческие организации;
- 8) организации, осуществляющие деятельность по организации и проведению международной специализированной выставки на территории Республики Казахстан.

Положение подпункта 3) настоящего пункта не распространяется на налогоплательщиков, осуществляющих деятельность по сдаче в имущественный найм (аренду) имущества.

Согласно пункта 4 статьи 428 Налогового Кодекса не вправе применять СНР для субъектов малого бизнеса налогоплательщики, осуществляющие следующие виды деятельности [19]:

- 1) производство подакцизных товаров;

- 2) хранение и оптовая реализация подакцизных товаров;
- 3) реализация отдельных видов нефтепродуктов – бензина, дизельного топлива и мазута;
- 4) проведение лотерей;
- 5) недропользование;
- 6) сбор и прием стеклопосуды;
- 7) сбор (заготовка), хранение, переработка и реализация лома и отходов цветных и черных металлов;
- 8) консультационные услуги;
- 9) деятельность в области бухгалтерского учета или аудита;
- 10) финансовая, страховая деятельность и посредническая деятельность страхового брокера и страхового агента;
- 11) деятельность в области права, юстиции и правосудия.

Условия применения налогового режима.

При специальном налоговой режиме на основе патента ИП не должен использовать труд работников, осуществляет деятельность в форме личного предпринимательства и предельный доход за налоговый период не должен превышать 300-кратного МЗП (ст.429 НК РК). Срок сдачи налоговой отчетности: календарный год (ст. 430 НК РК).

При специальной упрощенной декларации предельная среднесписочная численность работников за налоговый период 25 человек, включая самого ИП и предельный доход за налоговый период составляет 1400-кратный МЗП (п. 1 ст. 433 НК РК). Срок сдачи отчетности в СОНО за первое полугодие до 15 августа текущего года, а за второе полугодие срок сдачи отчетности в СОНО до 15 февраля следующего года.

Общеустановленный порядок – календарный год – с 1 января по 31 декабря (ст. 148 НК РК).

Особенности специального режима на основе патента – это одновременная выплата всех налогов в момент оформления патента, отсутствие необходимости в выдаче фискальных чеков, отсутствует необходимость в кассовом аппарате и практически отсутствует налоговая отчетность. А в специальном режиме на основе упрощенной декларации налоги уплачиваются по факту получения дохода, а не по предоплате, как по патенту.

При применении специального налогового режима на основе патента налогоплательщики не должны быть лицами, указанными в

пунктах 3 и 4 статьи 428 Налогового Кодекса и соответствовать следующим условиям:

- не использующие труд наемных работников;
- осуществляющие деятельность в форме личного предпринимательства;
- доход, который за налоговый период (календарный год) не превышает 300-кратного минимального размера заработной платы, установленного на соответствующий финансовый год законом о республиканском бюджете. На 2017 год – не более 7 337 700 тенге (24459 тенге * 300).

При этом, объектом налогообложения для налогоплательщиков, применяющих специальные налоговые режимы на основе патента, является доход за налоговый период, состоящий из всех видов доходов.

Специальный налоговый режим на основе упрощенной декларации.

При применении СНР на основе упрощенной декларации налогоплательщики не должны быть лицами, указанными в пунктах 3 и 4 статьи 428 Налогового Кодекса, и соответствовать следующим условиям:

1) предельная среднесписочная численность работников за налоговый период (полугодие) составляет 25 человек, включая самого ИП;

2) предельный доход за налоговый период (полугодие) составляет 1400-кратный МРЗП (34 242 600 тенге).

Контрольные вопросы

1. Что такое система налогообложения?
2. Какие классификации налогов вам известны?
3. На какие группы можно разделить налоги в зависимости от объекта налогообложения?
4. В чем заключается особенность специальных налоговых режимов?
5. Какие взносы и в какие сроки обязан платить индивидуальный предприниматель?

Тема 11. Предпринимательский риск. Культура предпринимательства

В условиях рыночных отношений, при наличии конкуренции и возникновении непредсказуемых ситуаций, хозяйственная, производственная и коммерческая деятельность невозможна без рисков.

Однако и отсутствие риска, т.е. опасности наступления непредсказуемых и нежелательных для субъекта предпринимательской деятельности последствий его действий, в конечном счете, вредит экономике, подрывает ее динамичность и эффективность. Нормальный ход экономического развития требует достаточно полной и разнообразной «рисковой стратификации», которая обеспечивает каждому субъекту возможность занять позиции в такой зоне хозяйствования, в которой риск отвечает его наклонностям и личным качествам. Существование риска и неизбежные в ходе развития изменения его степени выступают постоянным и сильнодействующим фактором движения предпринимательской сферы экономики.

Если рассматривать предпринимательский риск предприятия как результирующую финансовую величину, то логично считать отдельные сопровождающие его риски факторами, влияющими на нее. Существуют объективные (не зависящие от предпринимателя) и субъективные причины и факторы, влияющие на появление рисков при осуществлении предпринимательской деятельности, так как заранее нельзя просчитать влияние всех факторов на конечные результаты деятельности, а в процессе работы многие факторы могут непредсказуемо изменяться. Поэтому предприниматель может нести потери на всех стадиях жизненного цикла фирмы, на всех этапах воспроизводственного процесса.

В учениях классиков экономической теории особо подчеркивается мысль, что *предпринимательство – это рисковая деятельность*. Положение, что предприниматели осуществляют деятельность на свой риск, зафиксировано в ГК РК, а ст.360 ГК РК посвящена проблеме страхования предпринимательского риска. Известно, что получение прибыли предпринимателю не гарантировано вознаграждением за затраченное им время, результатом деятельности может оказаться как прибыль, так и убытки [1].

Появление предпринимательского риска имеет объективную основу из-за неопределенности воздействия внешней среды по отношению к предприятию. Внешняя среда включает объективные экономические, социальные, политические и другие условия, в рамках которых осуществляется деятельность и к изменению которых организация вынуждена приспособливаться. Неопределенность ситуации для предпринимателя вызвана тем, что она зависит от множества переменных, контрагентов и лиц, поведение которых не всегда можно предсказать с приемлемой точностью. 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).

Возникновение предпринимательского риска – по сути дела, обратная сторона экономической свободы предпринимателей, своеобразная плата за нее. *По мере развития рыночных отношений в нашей стране будут усиливаться неопределенность и предпринимательский риск.*

Таким образом, устранить неопределенность в предпринимательской деятельности весьма сложно, так как неопределенность является элементом объективной действительности, поэтому *риск присущ предпринимательству в любой сфере экономики.*

Предпринимательский риск заключается в возможности недостижения цели, ожидаемых результатов реализации принятого решения или осуществления запланированной деятельности вследствие объективно существующей неопределенности. Риск реализуется через потерю предпринимателем своих ресурсов, недополучение доходов или появление дополнительных расходов. Иначе говоря, риск – есть угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов, сверх предусмотренных прогнозом или планом его действий, либо получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

На рисунке 65 изображены основные виды риска.

Производственный риск связан с производством и реализацией продукции (услуг, работ), осуществлением любых видов производственной деятельности.

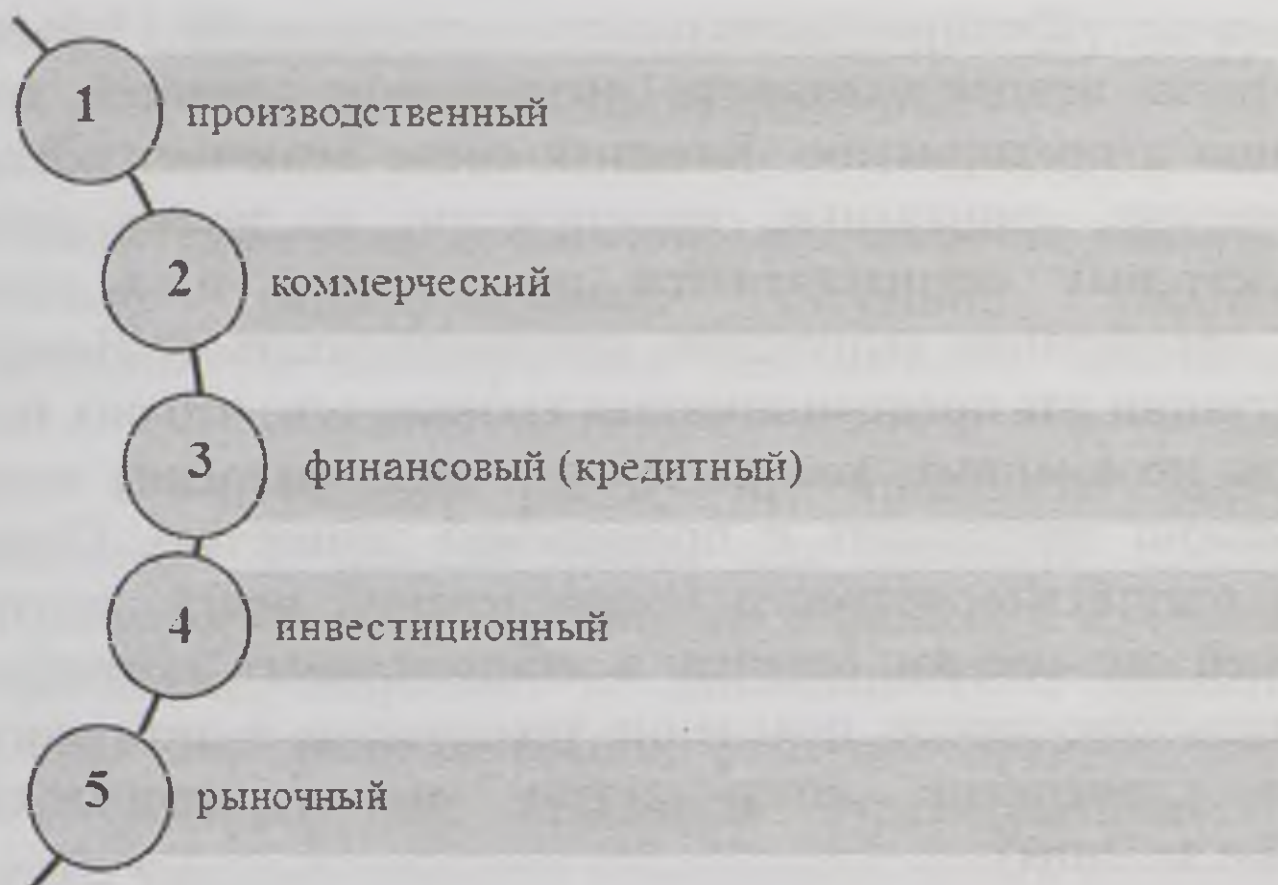


Рисунок 65 – Виды рисков

Этот вид риска наиболее чувствителен к изменению намеченных объемов производства и объема реализации продукции, плановых материальных и трудовых затрат, к изменению цен, браку, дефектности изделий и другому.

Производственный риск включает риски:

- ✓ неисполнения хозяйственных договоров;
- ✓ изменения конъюнктуры рынка и усиления конкуренции;
- ✓ возникновения непредвиденных затрат;
- ✓ потери имущества предприятия.

Причиной неисполнения хозяйственных договоров части становится неплатежеспособность партнеров. При этом неплатежеспособность одного из них отрицательно влияет на всех предпринимателей в этой цепи. Одной из основных причин изменения конъюнктуры рынка, усиления конкуренции может быть несовершенная маркетинговая политика.

Неправильный выбор рынков сбыта, неточная информация о конкурентах, утечка секретной информации, недобросовестность конкурентов, использующих недозволенные методы, все это – может отрицательно отразиться на результатах деятельности предпринимателя.

В современных условиях увеличение цен на те, или иные ресурсы и услуги приводит к возникновению непредвиденных расходов.

Предупредить такой вид риска можно путем тщательного анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры на рынке ресурсов.

На риск потери имущества предприятия влияют стихийные бедствия (землетрясения, наводнения, пожары и т.п.), аварийные ситуации на производстве, а также хищение имущества, как работниками предприятия, так и сторонними лицами.

Избежать подобных потерь или максимально снизить их уровень можно путем страхования имущества, а также установления строгой имущественной ответственности, жесткой охраны территории предприятия.

Коммерческий риск возникает в процессе реализации закупленных предпринимателем товаров и оказания услуг. В коммерческой сделке необходимо учитывать такие факторы, как невыгодное изменение (повышение) цен закупаемых средств производства, снижение цены, по которой реализуется продукция, потеря товара в процессе обращения, повышения издержек обращения.

Финансовый риск может возникнуть при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых (денежных) сделок. На финансовый риск наряду с факторами, характерными для других видов предпринимательского риска, воздействуют и такие, как неплатежеспособность одной из сторон финансовой сделки, ограничения на валютно-денежные операции и другое.

Виды финансового риска представлены на рисунке 66.

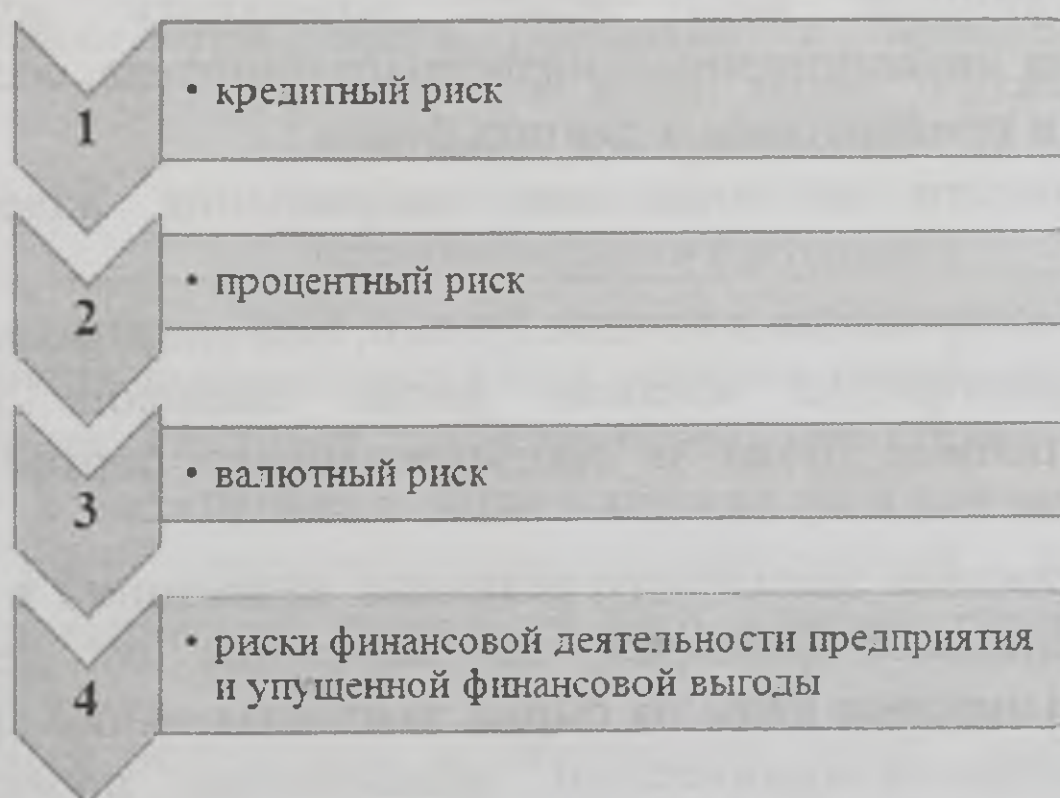


Рисунок 66 – Виды финансового риска

Кредитный риск связан с неуплатой заемщиком основного долга и процентов, начисленных за кредит.

Процентный риск – опасность потерь коммерческими банками, кредитными организациями, инвестиционными фондами в результате повышения процентных ставок, выплачиваемых ими по привлеченным средствам, над ставками по предоставляемым кредитам.

Валютные риски отражают опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой, в том числе, национальной валюты, при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.

Риски финансовой деятельности предприятия влияют на его платежеспособность, финансовую устойчивость.

К данным рискам можно отнести:

1. риск недополучения или несвоевременного получения денежных средств за отгруженную продукцию (риск дебиторской задолженности);

2. риск срыва заключенных соглашений о предоставлении займов, инвестиций, кредитов. Данный риск влияет на процесс формирования финансовых ресурсов предприятия; их структуру;

3. риск банкротства как деловых партнеров предприятия (контрагентов, поставщиков), так и самого предприятия.

Инвестиционный риск может возникнуть по причине обесценивания инвестиционно-финансового портфеля, состоящего из собственных и приобретенных ценных бумаг.

В зависимости от вида или направления инвестирования выделяют:

- риск инвестирования в ценные бумаги, или «портфельный риск», который характеризует степень риска снижения доходности конкретных ценных бумаг и сформированного портфеля ценных бумаг;

- риск снижения доходности реальных инвестиций в результате изменения внешних факторов, не зависящих от деятельности предприятия (мировые цены на сырье, законодательные акты и т.п.); ошибок технико-экономического обоснования проекта; форс-мажорных обстоятельств и т.д.;

Рыночный риск связан с возможными колебаниями рыночных процентных ставок, национальной денежной единицы или зарубежных курсов валют, а возможно, с тем и с другим одновременно.

В таблице 3 представлены виды потерь предпринимательского риска.

Таблица 3 – Виды потерь предпринимательского риска

Наименование	Характеристика
Материальные потери	это не предусмотренные проектом затраты или прямые потери материальных объектов в натуральном выражении (здания, сооружения, передаточные устройства, полуфабрикаты, материалы, сырье, комплектующие изделий)
Трудовые потери	потери рабочего времени, вызванные случайными или непредвиденными обстоятельствами
Финансовые потери	возникают в результате прямого денежного ущерба (не предусмотренные предпринимательским проектом платежи, штрафы, выплаты за просроченные кредиты, дополнительные налоги, утрата денежных средств или ценных бумаг)
Потери времени	возникают в случае, если процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем предусмотрено проектом (измеряется часами, сутками, декадами, месяцами и т.д.)
Специальные виды потерь	потери, связанные с нанесением ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя и с другими неблагоприятными социальными и морально-психологическими факторами

Особая группа специальных видов потерь – потери от воздействия непредвиденных факторов политического характера. Они вносят неразбериху в сложившиеся экономические условия жизни людей, нарушают ритм производственно-хозяйственной деятельности, порождают повышенные затраты живого и овеществленного труда, снижают прибыль.

К типичным источникам политического риска можно отнести: снижение активности людей; падение уровня трудовой и исполнительной дисциплины; неисполнение принятых законода-

тельных актов: нарушение платежей и взаиморасчетов; неустойчивости налоговых ставок; принудительные отчисления; отчуждения имущества или денежных средств.

Культура предпринимательства

Важную роль в функционировании предприятия, фирмы играет культура предпринимательства. Она не только обеспечивает высокий престиж предприятию, но и способствует повышению эффективности производства, улучшению качества продукции и услуг, и, следовательно, увеличению доходов.

Существуют различные трактовки понятия «культура предпринимательства». Так, Р.Рюгтингер считает, что культура предпринимательства – это система совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях. Представления о ценностях позволяют ответить на вопрос, что является важным для предприятия, а убеждения позволяют понять, как должно функционировать предприятие и как им следует управлять.

Менеджеры О.Нойбергер и А.Компа к организационной культуре относят сумму убеждений, ценностей, правил, которые делают предприятие единственным в своем роде.

Наиболее полное и развернутое определение дает В.Д.Козлов, отмечая, что культура предпринимательства «есть система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства данной организационной структуры, стиля руководства, показаний удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентификации работников с предприятиями и перспективами развития» [20].

Таким образом, культура организации предпринимательской деятельности определяет климат, стиль взаимоотношений, ценности предприятия.

Назначение культуры предпринимательства связано с решением двух основных проблем: выживанием в данной социально-экономической среде и обеспечением внутренней интеграции для достижения поставленных целей.

На каждом крупном предприятии отделы, управления, администрации имеют разные субкультуры, повторяющие структуру

самого предприятия. Различие обуславливается многообразием отраслей производства и сфер человеческой деятельности. Это может быть культура выгодных сделок, инновационная, административная культура и т.д. Наличие различных культур, субкультур может привести к напряженности, столкновениям. Поэтому важной задачей для любого предприятия являются сближение и интеграция различных организационных частей предприятия, имеющих свои различные субкультуры.

Следовательно, в зависимости от отрасли, региона, истории предприятия, людей, каждое предприятие имеет свою культуру.

Б. Карлоф выделил десять основных признаков культуры организации предпринимательской деятельности:

1. социальна, так как на ее формирование влияют все или большинство работников фирмы;
2. регулирует поведение членов коллектива;
3. создается людьми;
4. осознанно или неосознанно принимается всеми работниками;
5. основана на соблюдении традиций;
6. познаваема;
7. способна изменяться;
8. многогранна, т.е. ее нельзя постичь с помощью одного какого-либо подхода;
9. осознаваема и не осознаваема;
10. находится в постоянном развитии.

Необходимо иметь в виду, что, прежде чем приступить к формированию культуры того или иного предприятия, следует твердо уяснить его систему ценностей и убеждений.

Вместе с тем, не следует думать, что культурой предпринимательства можно манипулировать. Она складывается годами, динамична, постоянно совершенствуется.

Культуру предприятия можно считать слабой в следующих случаях:

- ✓ отсутствует ясное представление о системе ценностей и средствах достижения целей;
- ✓ отсутствуют стратегические цели;
- ✓ отсутствуют тактические цели (в результате возникают противоречия);
- ✓ отдельные части организации не могут прийти к согласию, существуют различные точки зрения;

✓ руководители ничего не делают для развития общего понимания ценностей, общих убеждений.

Предпринимательская этика и этикет.

Предпринимательская этика – одна из сложных проблем формирования культуры цивилизованного предпринимательства, так как этика вообще – это учение и практика поведения индивидуумов (граждан) в соответствии с идеями о должном, о добре и зле, в виде идеалов, моральных принципов и норм поведения. Это учение о назначении человека, о смысле его жизни. Это система моральных и нравственных норм, включая общеобязательные правила поведения людей.

Предпринимательская деятельность, как и любая экономическая, хозяйственная, профессиональная деятельность дееспособных граждан, имеет правовые и этические критерии, нормы, правила поведения, отступление от которых грозит субъектам предпринимательской деятельности негативными последствиями [20].

Правовые нормы поведения предпринимателей и организаций устанавливаются законами и другими нормами нормативными актами, невыполнение которых грозит серьезными мерами наказания, вплоть до банкротства и лишения свободы. Поэтому очень важным условием развития цивилизованного предпринимательства является не только принятие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, но и формирование правовой культуры. Правда, можно утверждать, что все, что сделано по закону, не всегда является этическим. Но что делать обществу? Нужно вносить предложения по изменению законов, например, налогового законодательства, так как число налогов, налоговые ставки являются тормозом развития предпринимательства.

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

Предпринимательская этика базируется на общих этических нормах и правилах поведения, сложившихся в стране, в мире, а также на профессиональной этике, проявляющейся в той или иной сфере деятельности.

В связи с обще этическими нормами поведения граждан предпринимательская этика неразрывно связана с такими

понятиями, как честность, совесть, авторитет, благородство, вежливость, честолюбие, самолюбие, бесстыдство, лицемерие, злорадство, злословие, месть, коварство, грубость, и с другими понятиями.

Как видно, одни понятия связаны с положительными (позитивными) принципами и чертами поведения, а другие – с отрицательными (негативными).

Только неполное перечисление характерных черт поведения отдельных предпринимателей свидетельствует от комплексном понятии предпринимательской этики, которая, как правило, должна базироваться на общечеловеческих, общегуманных принципах, на общих принципах осуществления рискового, новаторского, инновационного, компетентного, законного, честного предпринимательства в противоположность рутинному, незаконному, некомпетентному бизнесу.

На формировании предпринимательской этики сказываются формы общественного сознания (менталитета) и общественных отношений, направленных на утверждение самооценности гражданина как предпринимателя, проявление его лучших человеческих качеств, экономической свободы, его ответственности перед потребителями, обществом. *Предпринимательская этика опирается на моральные принципы, относящиеся к нравам, характеру, складу души, притязаниям предпринимателей, а потому неразрывно связана с их мотивами, побуждениями.*

Этические проблемы предпринимателей постоянно возникают и разрешаются, в первую очередь, с потребителями, поэтому и государство защищает интересы потребителей. Этические отношения предпринимателей как собственников дела связаны с наемными работниками. Эти отношения оказывают особое влияние на уровень предпринимательского успеха. Важное значение в развитии цивилизованного предпринимательства имеют отношения с хозяйствующими партнерами, конкурентами, обществом.

Предпринимательская этика проявляется в таких категориях, как верность данному слову, принятому на себя обязательству, моральной ответственности за невыполнение установленных правовыми нормами обязанностей.

Исследователи этики предпринимателей сформировали общие этические нормы цивилизованных предпринимателей, которые можно свести к следующему:

- ✓ он убежден в полезности своей деятельности не только (и не столько) для себя, а для других, для общества;
- ✓ исходит из того, что люди, окружающие его, хотят и умеют работать, стремятся реализовать себя вместе с предпринимателем;
- ✓ верит в свой бизнес, расценивает его как привлекательное творчество, относится к бизнесу как к искусству;
- ✓ признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;
- ✓ уважает себя как личность, а любую личность – как себя;
- ✓ уважает любую собственность, государственную власть, общественные движения, социальный порядок, законы;
- ✓ доверяет не только себе, но и другим, уважает профессионализм и компетентность;
- ✓ ценит образование, науку и технику, культуру, соблюдает экологические нормы;
- ✓ стремится к внедрению нововведений;
- ✓ не перекладывает ответственность за принятие нужного решения на подчиненных;
- ✓ терпим к недостаткам других людей;
- ✓ согласовывает цели с личными целями сотрудников;
- ✓ никого не унижает;
- ✓ имеет бесконечное терпение.

Предприниматель должен создавать свой имидж, соблюдать этикет. Он должен ясно осознать, что такие черты поведения, как вежливость, тактичность, деликатность абсолютно необходимы не только для «умения вести себя в обществе», но и для обыкновенной жизненной позиции. Нельзя забывать о культуре общения, чувстве меры, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями. Необходимо иметь свой цивилизованный стиль поведения, свой благородный образ, тот самый имидж предпринимателя, который гарантирует не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от своей деятельности.

Чтобы овладеть навыками корректного поведения, нужно соблюдать:

1. правила представления и знакомства;
2. правила проведения деловых контактов;
3. правила поведения на переговорах;

4. требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде;
5. требования к речи;
6. культуру служебных документов и другие элементы предпринимательского этикета, который является составной частью предпринимательской этики.

Таким образом, можно сказать, что предпринимательский этикет представляет собой совокупность правил поведения предпринимателя, регулирующих его внешние проявления с окружающим миром, с другими предпринимателями, конкурентами, сотрудниками, со всеми индивидуумами, с которыми предприниматель контактирует не только при осуществлении своего бизнеса, но в любой жизненной ситуации.

Контрольные вопросы

1. Что такое предпринимательский риск?
2. Какие вы знаете виды предпринимательских рисков?
3. Что такое культура предпринимательства?
4. Назовите составные элементы культуры предпринимательства.
5. Что такое предпринимательская этика?

Тема 12. Предпринимательская тайна.

Прекращение предпринимательских организаций

Предпринимательская деятельность во всех сферах экономики неразрывно связана с получением, накоплением, хранением и использованием различных сведений, характеризующих как саму предпринимательскую фирму, так и связанных с нею хозяйствующих партнеров. Обеспечение сохранности информации о деятельности фирмы, всех ее факторах развития является условием выживания фирмы в рыночной конкурентной среде, в какой-то степени рискованного развития.

Конкуренты фирмы могут осуществлять различные формы получения достоверной информации о ее деятельности, чтобы добиться лучших успехов на рынке. В законодательных актах не сформулировано понятие предпринимательской тайны, а дана характеристика государственной, служебной, коммерческой, банковской и военной тайны.

Так, в п.5 ГК РК установлено следующее: коммерческая (предпринимательская) тайна охраняется законом. Порядок определения сведений, составляющих коммерческую тайну, средства ее защиты, а также перечень сведений, которые не должны входить в состав коммерческой тайны, устанавливаются законодательством [1].

В ст. 50 «Банковская тайна» Закона Республики Казахстан «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» говорится, что банковская тайна включает в себя сведения о наличии, владельцах и номерах банковских счетов депозиторов, клиентов и корреспондентов банка, об остатках и движении денег на этих счетах и счетах самого банка, об операциях банка (за исключением общих условий проведения банковских операций), а также сведения о наличии, владельцах, характере и стоимости имущества клиентов, находящегося на хранении в сейфовых ящиках, шкафах и помещениях банка [21].

В ст. 557 Налогового кодекса РК установлено, что налоговые органы обязаны соблюдать налоговую тайну, которая составляет любые сведения об организациях и индивидуальных предпринимателях как налогоплательщиках, за исключением сведений, разглашенных налогоплательщиком самостоятельно или с его согласия; об идентификационном номере налогоплательщика; об

уставном капитале (уставном фонде) организации; о нарушениях законодательства о налогах и сборах и мерах ответственности за эти нарушения [19].

Предпринимательская тайна – более широкое, емкое понятие, так как она включает любые сведения (информацию), разглашение которых (утечка) может нанести экономический и моральный ущерб предпринимательской организации, существенно повлияет на ее деловую репутацию.

Предпринимательская тайна по существу представляет интегрированную совокупность производственной, технической, коммерческой и служебной тайны, сохранение которой обеспечивает фирме возможность добиваться планируемых результатов.

Формирование сведений, составляющих предпринимательскую тайну

Постановка этой проблемы позволяет правильно решить вопрос о формах организации защиты тайны, определить затраты на охрану. Поэтому предпринимателю необходимо установить основной перечень сведений (информации), составляющих предпринимательскую тайну, распределить их по категориям важности в зависимости от ценности для фирмы, характера и размера ущерба, который может быть нанесен фирме при разглашении этих сведений. Но, с другой стороны, излишние меры по ограничению доступа к информации могут осложнить взаимоотношения фирмы с хозяйствующими партнерами, приведут к неоправданным потерям. *Защита информации должна способствовать росту прибыли от деятельности фирмы.*

Для формирования перечня сведений, подлежащих защите, целесообразно создать группу из следующих специалистов: занимающихся финансовыми вопросами, конъюнктурой рынка и сведениями о конкурентах, занимающихся связями с другими организациями, ведущими разработку новых видов товаров, обладающих высокой конкурентоспособностью, юриста и др. Можно привлечь к этой работе сторонних экспертов, но не следует им раскрывать все конкретные сведения, составляющие предпринимательскую тайну.

В зависимости от вида осуществляемой деятельности, сферы предпринимательства, поставленной цели перечень сведений может изменяться.

Так, должны иметь защиту сведения:

- ✓ технологического характера – конструкторская документация, чертежи, схемы;
- ✓ описания технологических испытаний; точные данные конструктивных характеристик создаваемой продукции и характеры разрабатываемых технологических процессов;
- ✓ сведения о материалах, из которых изготовлены отдельные детали;
- ✓ описания новых технологических процессов; используемые новые приборы, станки, оборудование; рецептура создаваемых продуктов и др.;
- ✓ научно-технического характера – идеи, открытия, изобретения;
- ✓ ноу-хау;
- ✓ патенты;
- ✓ промышленные образцы;
- ✓ отдельные формулы;
- ✓ новые методы организации производства и труда;
- ✓ тематика важнейших научных исследований;
- ✓ результаты научных исследований; программное обеспечение ЭВМ и другие научные разработки;
- ✓ делового характера – сведения о заключенных договорах (контрактах);
- ✓ о подготовленных к заключению договорах; данные о поставщиках ресурсов и клиентах (потребителях);
- ✓ обзоры рынка, материалы маркетинговых исследований; информация о конфиденциальных переговорах;
- ✓ калькуляция себестоимости товаров, структуры и размер цен, уровень планируемой прибыли; планы инвестиций; стратегические планы развития фирмы;
- ✓ данные об отдельных категориях персонала фирмы и другие сведения.

По мере изменения характера деятельности фирмы перечень сведений, составляющих предпринимательскую тайну, должен изменяться. Данный перечень должен быть в установленном порядке доведен до сотрудников. При этом необходимо установить меры

заинтересованности ответственных исполнителей за сохранение предпринимательской тайны, а также ответственности при ее утечке по вине отдельных работников.

Все предприятия (фирмы, компании) независимо от организационно-правовой формы и форм собственности обязаны не разглашать сведения, составляющие государственную тайну, в соответствии с Законом РК в редакции от 15 марта 1999 «О государственных секретах» [22].

Основные элементы механизма защиты предпринимательской тайны

В зависимости от вида предпринимательской деятельности, размеров фирмы и других критериев функционирования фирмы набор элементов механизма защиты предпринимательской тайны может кардинально изменяться. Конечно, важную роль играют и финансово-материальные возможности, необходимые для организации защиты экономической безопасности.

Как правило, для комплексного решения всех вопросов, связанных с защитой предпринимательской тайны, на фирме создается собственная служба безопасности, начальник которой является и заместителем руководителя фирмы. Однако отдельными вопросами защиты экономической безопасности могут заниматься специализированные охранные предприятия, выполняющие свои функции по договору с фирмой.

Важное значение имеет подбор высококвалифицированных специалистов службы безопасности фирмы, нормативное установление обязанностей сотрудников и следующих функций службы безопасности:

1. организация и обеспечение пропускного и внутриобъектового режима в зданиях и помещениях, несение их охраны, контроль за соблюдением установленного режима на фирме сотрудниками, посетителями;

2. проведение мероприятий по правовому и организационному регулированию отношений на фирме по защите предпринимательской тайны и экономической безопасности;

3. участие в разработке основных нормативных документов (инструкций, положений), устанавливающих порядок и принципы защиты предпринимательской тайны;

4. участие в разработке должностных инструкций, обязанностей руководителей подразделений, специалистов, всех категорий работников;

5. обеспечение сохранности документов, содержащих сведения, являющиеся коммерческой тайной, прекращения их хищения или передачи сведений заинтересованным лицам иными способами;

6. организация проведения служебных расследований по фактам разглашения сведений, составляющих предпринимательскую тайну, потерь документов и других нарушений безопасности фирмы, а также и другие функции, которые должны быть установлены в положении о службе безопасности, утвержденном руководителем фирмы.

В состав механизма защиты предпринимательской тайны и безопасности фирмы входят следующие подсистемы: правовое обеспечение тайны, правоведение организационной защиты, осуществление инженерно-технической защиты, мотивация в первую очередь тех сотрудников, от поведения которых зависит утечка сведений, составляющих предпринимательскую тайну; усиление различных форм ответственности за разглашение сведений, наносящих экономический ущерб фирме и другие.

Особое значение имеет организация инженерно-технической защиты, которая представляет собой совокупность специальных инженерно-технических средств, применение которых обеспечивает безопасность фирмы, ее имущества, ресурсов, а также сведений о деятельности фирмы.

Прекращение предпринимательской деятельности

Условия прекращения индивидуальной предпринимательской деятельности.

Деятельность индивидуального предпринимателя может быть прекращена в добровольном либо принудительном порядке, а также в случае наступления особых обстоятельств.

В добровольном порядке деятельность индивидуального предпринимателя прекращается в любое время на основании принятого им решения.

В принудительном порядке деятельность индивидуального предпринимателя прекращается по решению суда в следующих случаях (рисунок 67).

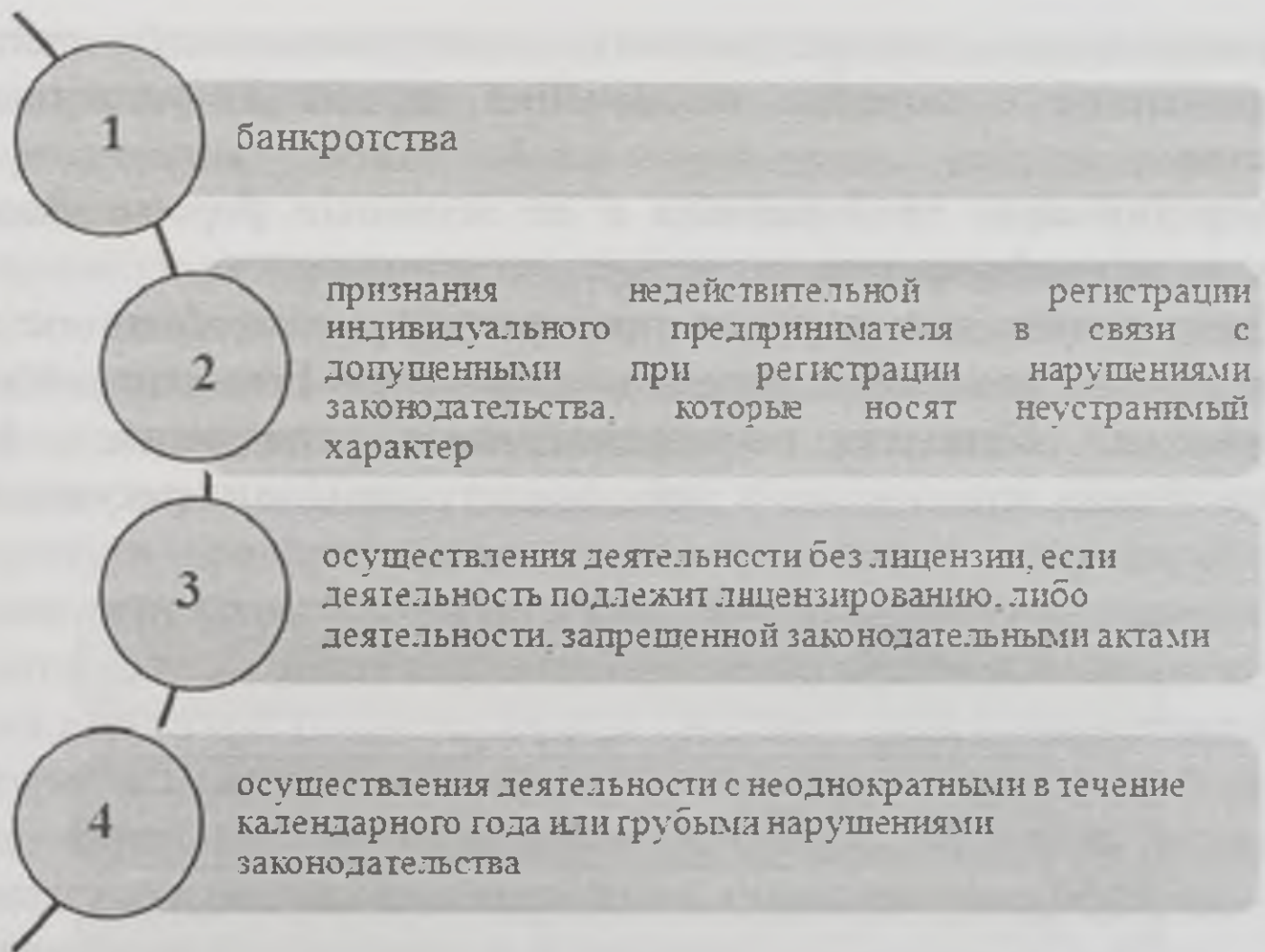


Рисунок 67 – Случаи прекращения предпринимательской деятельности по решению суда

К особым обстоятельствам, предусматривающим прекращение предпринимательской деятельности относится следующее (рисунок 68):

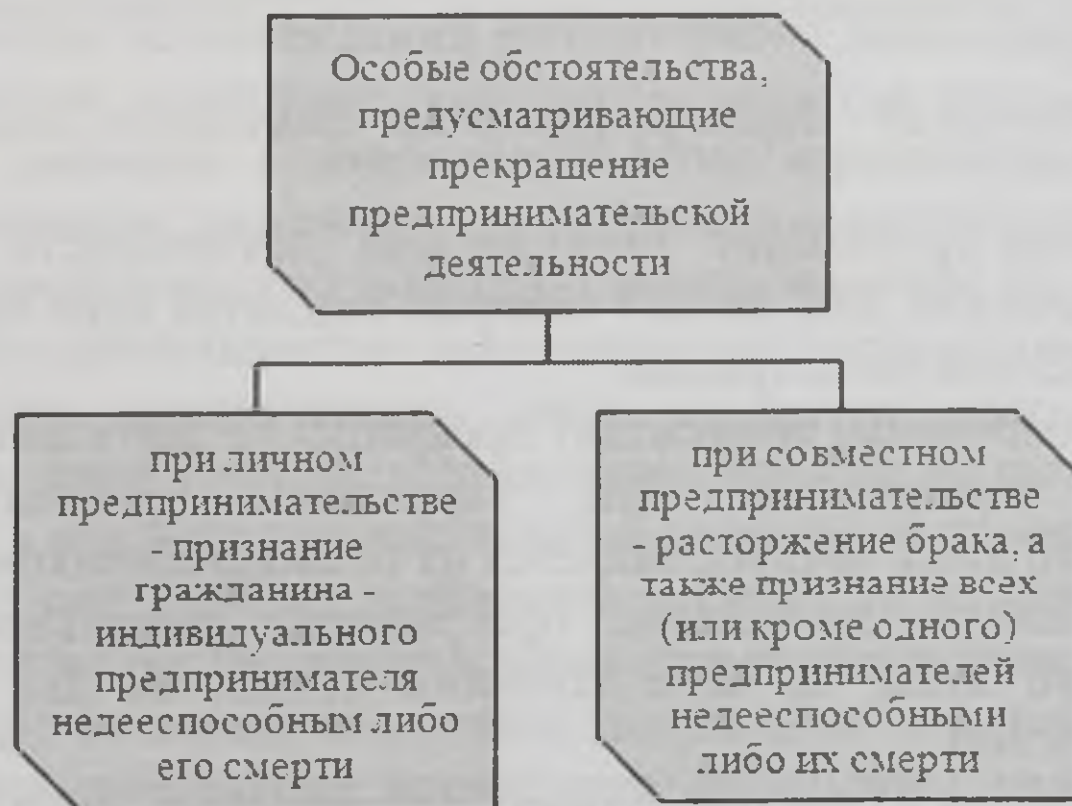


Рисунок 68 – Особые обстоятельства, предусматривающие прекращение предпринимательской деятельности

Деятельность индивидуального предпринимателя считается прекращенной с момента исключения его из Государственного регистра.

Реорганизация предприятия и ее основные формы. Реструктуризация предприятия.

Прекращение деятельности предприятия может быть осуществлено в форме его реорганизации и ликвидации. Гражданский кодекс Республики Казахстан предусматривает следующие формы реорганизации юридического лица, представленные на рисунке 69.

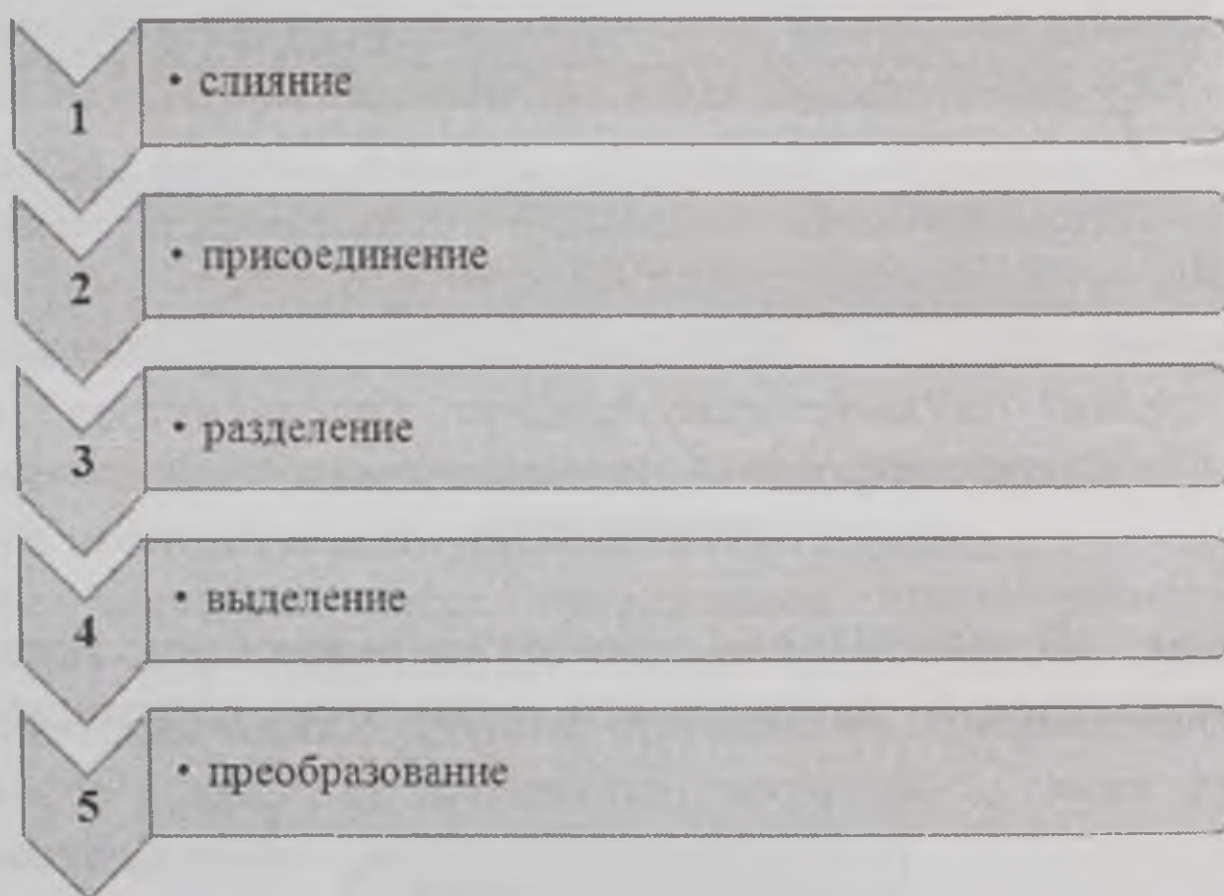


Рисунок 69 – Формы реорганизации юридического лица

При *слиянии* происходит прекращение деятельности двух или более юридических лиц, на базе которых создается одно юридическое лицо, подлежащее регистрации.

При *присоединении* происходит прекращение деятельности одного или более юридических лиц, укрупнение присоединившегося юридического лица, которое является их правопреемником.

При *разделении* происходит прекращение деятельности одного юридического лица, на базе которого создаются два или более юридических лиц.

При *выделении* из состава одного юридического лица выделяется два и более юридических лиц, при этом прекращения деятельности первоначального юридического лица не происходит.

При *преобразовании* происходит смена организационно-правовой формы юридического лица.

Реорганизация может быть проведена добровольно или принудительно.

Реорганизация предприятия, преследующая целью его оздоровление, зачастую сопровождается реструктуризацией, вследствие которой происходят глубокие изменения структуры и технологии производства, управления хозяйственными процессами, улучшаются финансово-экономические показатели.

Структура предприятия имеет многоплановое содержание. При изучении структуры предприятия основное внимание должно быть сосредоточено на таких структурных составляющих, как организационная структура хозяйствующего субъекта, финансовая структура, структура выпускаемой продукции, основных производственных фондов, персонала хозяйствующего субъекта, структура затрат на производство и реализацию продукции, структура рынков сбыта.

Ликвидация предприятия. Банкротство.

Под ликвидацией предприятия как юридического лица понимается прекращение его деятельности без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам. Процедура ликвидации юридических лиц регулируется рядом нормативно-правовых актов.

Ликвидация юридического лица может быть добровольной и принудительной.

Мероприятия по ликвидации юридического лица осуществляются ликвидационной комиссией, которая назначается лицом (органом), принявшим решение о ликвидации этого юридического лица. С момента принятия решения о ликвидации юридического лица к ликвидационной комиссии переходят все полномочия по управлению имуществом и деятельностью ликвидируемой организации.

Ликвидация юридического лица считается завершенной, а юридическое лицо – прекратившим существование после внесения об этом записи в единый Государственный регистр юридических лиц.

Одним из специальных оснований ликвидации юридических лиц по законодательству Республики Казахстан является банкротство.

Под банкротством предприятия понимается его неспособность удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), неспособность обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды, в связи с превышением обязательств

должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса должника. Факт банкротства юридического лица может быть признан только судом.

Одной из возможных процедур, применяемых к несостоятельному юридическому лицу в ходе производства по делу о банкротстве, является реабилитационная процедура.

Реабилитационная процедура – это судебная процедура, в рамках которой к несостоятельному должнику применяются любые организационно-хозяйственные, технические, финансовые, экономические, правовые и иные не противоречащие законодательству мероприятия, направленные на предотвращение ликвидации несостоятельного должника. Реабилитационная процедура может быть применена с согласия комитета кредиторов и уполномоченного органа.

Выбор конкретных реабилитационных мер производится по усмотрению участников процедур. Рассмотрим некоторые из них.

Санация – оказание должнику третьими лицами финансовой помощи, а также реализация мер по мобилизации резервов должника и улучшению его финансового положения.

Цессия (лат. *cessio*) – уступка требования в обязательстве другому лицу, передача кому-либо своих прав на что-либо, например, передача кредитором (цедентом) принадлежащих ему прав требования другому лицу (цессионарию).

Мировое соглашение состоит в установлении отсрочки и (или) рассрочки причитающихся кредиторам платежей или скидок с долгов.

Отступное – денежная сумма или иная имущественная ценность, уплатой которой должник освобождается от исполнения обязательств. По соглашению сторон обязательство может быть прекращено предоставлением взамен исполнения отступного (уплатой денег, передачей имущества и т.п.). Размер, сроки и порядок предоставления отступного устанавливаются сторонами.

Новация – замена по соглашению сторон первоначального обязательства другим, предусматривающим иной предмет или способ исполнения.

Зачет – погашение в пределах равных сумм взаимных платежных обязательств двух или нескольких юридических и физических лиц. Условиями проведения зачета являются: взаимный (встречный)

характер требований, их однородность (денежное обязательство против денежного), наступление сроков исполнения по представленным к зачету обязательствам.

В случае успешного завершения реабилитационной процедуры суд выносит определение о прекращении производства по делу о банкротстве должника. При не достижении цели реабилитационной процедуры производство по делу переходит в стадию конкурсного (ликвидационного), что оформляется решением о признании должника банкротом и об открытии конкурсного производства.

Конкурсное производство заключается в формировании из имущества должника конкурсной массы, удовлетворении требований кредиторов должника за счет ее стоимости и ликвидации предприятия, признанного банкротом.

Участниками конкурсного производства являются суд, уполномоченный орган, комитет кредиторов, конкурсный управляющий и иные заинтересованные лица (например, административно-территориальная единица в лице уполномоченного Акимом представителя в случае банкротства градообразующей организации, Национальный банк РК в деле о банкротстве банков и т.д.).

Контрольные вопросы

1. Что такое предпринимательская тайна?
2. Каковы условия прекращения индивидуальной предпринимательской деятельности?
3. Формы реорганизации предприятия?
4. Что понимается под ликвидацией предприятия?
5. Что понимается под банкротством предприятия?

Заключение

Переход к четвертой промышленной революции обусловил повышенный интерес к экономическим наукам, возросшую потребность в изучении и применении основ предпринимательской деятельности.

Возникает необходимость формирования у современной студенческой молодежи умений и навыков, необходимых для организации современных форм и методов хозяйствования, социальной адаптации и интеграции в рыночную экономику Казахстана.

В этой связи обучение основам предпринимательской деятельности является одним из актуальных направлений современного образования. Именно изучение основ предпринимательства, проведение различных практикумов и семинаров способствует пониманию и усвоению студентами сущности и особенностей предпринимательской деятельности, её основных организационно-правовых форм, экономических и этических основ предпринимательства, требований, предъявленных к личным качествам цивилизованных предпринимателей.

В учебном пособии в относительно краткой форме на двух языках раскрывается механизм предпринимательства с учетом накопленного опыта развития теории и практики в развитых странах, опыта становления предпринимательства в Казахстане, применения гражданского законодательства, регулирующего организацию предпринимательской деятельности; основные понятия и термины, определяющие сущность различных подсистем предпринимательства. Это позволяет студентам и другим читателям получить полное представление не только о предпринимательской деятельности, но и об условиях и факторах ее организации в условиях рыночной экономики. Рассмотрены процесс создания собственного дела (начиная с возникновения предпринимательской идеи и заканчивая механизмом функционирования фирмы); связи предпринимателей с потребителями, хозяйствующими партнерами, наемными работниками, государством и другое.

Учебное пособие «Основы предпринимательства» должно помочь студентам в организации самостоятельной работы, позволит будущим специалистам лучше разобраться в прошлом и настоящем

экономического развития страны, понять важность и необходимость проводимых экономических реформ в сфере предпринимательства и перспективы развития малого и среднего бизнеса.

D.Y. Dzhakupova

FUNDAMENTALS OF ENTREPRENEURSHIP

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ISBN 978-601-7275-80-8

Компьютерная верстка, дизайн обложки – Любовицкая Ольга

Подписано в печать в 2018 г.

Формат 60x84 1/16. Объем 18,5 печ.л.

Гарнитура Times New Roman. Печать офсетная.

Заказ № 509. Тираж 500 экз.

Издательство «Бастау».

Гос. лицензия № 0000036

Министерства образования и науки РК.

Сертификат Национальной государственной

книжной палаты РК №155 о присвоении

международного регистрационного кода 978-601-281.

Национальный сертификат «Лидер отрасли-2015»

Национального бизнес-рейтинга Республики Казахстан.

г. Алматы, пр. Сейфуллина, 458/460-95.

Тел.: 279 49 53, 279 97 32.

Отпечатано в типографии

«Полиграфсервис» (тел.: 233 32 53).

г. Алматы, ул. Зелёная, 13а.