

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ**

**к изучению курса**

***ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ***

(для неэкономических специальностей)

Рекомендовано методической комиссией  
гуманитарного факультета  
Омского государственного аграрного университета

**Омск 2000**

Автор

М.Л. Калужский

Ответственный за выпуск

Т.А. Бобрышева

Рецензент

д.э.н., профессор П.Е.Стрелец

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящие методические указания подготовлены преподавателем кафедры экономики и права М.Л. Калужским в соответствии с авторской программой спецкурса "Основы предпринимательской деятельности" для студентов неэкономических специальностей. Они издаются в помощь студентам для самостоятельной работы с текстом лекций, учебниками и учебными пособиями.

Малый бизнес – достаточно новое явление в современной экономической практике. В советский период термин "предпринимательство" подразумевал нечестную деятельность, связанную с незаконным обогащением за чужой счет и присвоением чужого труда. Подобное представление о предпринимательстве часто встречается и сегодня. Образ предпринимателя ассоциируется в сознании обывателей с образом спекулянта, который обогащается за счет обманутых сограждан.

В действительности предпринимателю необходимо не только рассчитывать и постоянно контролировать экономическую эффективность своего предприятия, но и свободно ориентироваться в рыночной конъюнктуре, обладать большим количеством специальных экономических и юридических знаний. И совершенно естественно, что предприниматель оперирует суммами, превосходящими суммы заработка рабочего или служащего. Однако оборотные средства и чистая прибыль предпринимателя – это далеко не одно и то же. При недостатке опыта, информации, навыков и знаний и даже простого везения, предприниматель может в одночасье потерять все, что заработал.

Поэтому одна из задач экономических реформ в России заключается в том, чтобы переломить негативное отношение населения к предпринимательству, утвердить в сознании россиян понимание того, что бизнес – это не только достойное, но и полезное для общества занятие.

Бизнес уже востребован многими россиянами в качестве вида постоянной занятости. Он не привязан жестко к границам рабочего времени и им можно заниматься в форме основной деятельности, так и в свободное время. В развитии предпринимательства заинтересовано и государство, поскольку бизнес создает дополнительные рабочие места, снижая социальную напряженность в обществе.

Разумеется, малый бизнес доступен далеко не всем. Предпринимательство требует особого склада характера, образа мышления, наличия

определенных способностей. Настоящий предприниматель – это решительный человек, хорошо ориентирующийся в окружающей обстановке, способный принимать быстрые и экономически обоснованные решения.

В современной России сегодня активно формируется цивилизованный рынок товаров и услуг, возникает конкуренция, создается нормальная рыночная среда. Именно поэтому теоретические и прикладные знания о правилах ведения бизнеса, мировая практика и опыт выступают в качестве необходимых составляющих снижения риска неудач в бизнесе.

Спецкурс "Основы предпринимательской деятельности" рассчитан на 120-часовую программу (в том числе: аудиторные занятия – 60 учебных час., внеаудиторная работа студентов – 60 учебных час.) и включает четыре раздела:

- ⇒ В первом разделе рассматриваются условия и формы ведения предпринимательской деятельности в Российской Федерации.
- ⇒ Во втором разделе подробно разбираются основные технологические моменты современной организации малого бизнеса.
- ⇒ Третий раздел посвящен непосредственному изучению вопросов взаимодействия предпринимателей с потребителями услуг и продукции.
- ⇒ В четвертом разделе рассматривается экономическая политика государственных и муниципальных органов власти, направленная на развитие предпринимательской деятельности.

***Уважаемые студенты, кафедра экономики и права желает вам успехов в изучении элективного курса "Основы предпринимательской деятельности", теории и практики организации малого бизнеса!***

*Зав. кафедрой Экономики и права  
Т.А. Бобрышева*

# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ И СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ СТРУКТУРА СПЕЦКУРСА

В ходе изучения спецкурса "Основы предпринимательской деятельности" студент должен не только усвоить материал лекционных занятий, но и активно работать на семинарских занятиях, большое внимание уделить внеаудиторной работе. Основные требования к организации учебного процесса изложены в следующей таблице:

Наименование раздела	Трудоемкость по видам занятий, час.			
	всего	аудиторная		ВРС
		лекции	семинары	
Раздел 1. Условия предпринимательской деятельности				
Лекция 1. Предпринимательство в рыночной экономике	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 2. Рынки и их разновидности	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 3. Организационно-правовые формы предпринимательства	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 4. Налоговая система Российской Федерации	14,5	4,0	4,0	6,5
Итого по разделу 1:	37,0	10,0	10,0	17,0
Раздел 2. Организация и ведение малого бизнеса				
Лекция 5. Бизнес-план	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 6. Франчайзинг	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 7. Лизинг	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 8. Маркетинг	7,5	2,0	2,0	3,5
Итого по разделу 2:	30,0	8,0	8,0	14,0
Раздел 3. Предпринимательство и рынок				
Лекция 9. Маркетинговые исследования	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 10. Информационные технологии в малом бизнесе	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 11. Экономическое поведение потребителей	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 12. Ценообразование в малом бизнесе	7,5	2,0	2,0	3,5
Итого по разделу 3:	30,0	8,0	8,0	14,0
Раздел 4. Государство и предпринимательство				
Лекция 13. Стимулирование предпринимательской деятельности	7,5	2,0	2,0	3,5
Лекция 14. Особенности предпринимательства в Омской области	7,5	2,0	2,0	3,5
Итого по разделу 4:	15,0	4,0	4,0	7,0
Кроме того, по каждой теме предусмотрена подготовка двух мини-рефератов. Из расчёта – по одному реферату на студента (в процессе изучения спецкурса отведено дополнительно 8 час. на внеаудиторную работу каждого студента).				
ВСЕГО:	120,0	30,0	30,0	60,0

## **КАК РАБОТАТЬ С МЕТОДИЧЕСКИМ ПОСОБИЕМ**

Структура методических указаний составлена таким образом, чтобы студенты могли максимально полно усвоить учебный материал курса, успешно подготовиться к семинарским занятиям, контрольным работам, зачетам и экзаменам.

### ***Учебная цель***

Обратите внимание на то, что после названия темы сформулированы учебные цели. Это сделано для того, чтобы Вы сконцентрировали свое внимание на тех знаниях, навыках и умениях, которые необходимо приобрести в результате изучения данной темы. Изучая материал спецкурса, одновременно соотносите его с учебными целями, это поможет вам правильно сориентироваться в обилии информации.

### ***План семинарского занятия. Литература***

План семинарского занятия ориентирует студентов на примерный перечень вопросов, подлежащих разбору на текущем занятии. Такая форма организации занятий позволяет не только лучше подготовиться к семинарским занятиям, но и глубже усвоить учебный материал.

Прежде чем приступить к подготовке к семинару, разберитесь в существе поставленных перед вами вопросов. Для этого еще раз прочтите конспект лекций или соответствующий раздел учебника. Список рекомендуемых учебников и учебных пособий приведен после плана семинарского занятия.

### ***Темы рекомендуемых сообщений***

В конце каждой темы приводятся рекомендованные темы сообщений. Работа над сообщениями поможет вам углубить знание основ организации и ведения предпринимательской деятельности в России. Оформляются сообщения в виде мини-рефератов. В ходе изучения спецкурса каждый студент должен подготовить одно такое сообщение.

Как готовить сообщения? Прежде всего, необходимо изучить теоретическую часть материала. Это поможет понять, каким будет содержание вашего сообщения. После того, как Вы определились с содержанием сообщения, можно начинать поиск библиографических источников. Обращайте внимание как на монографии, так и на научные статьи и статистические материалы. Отберите те из них, которые относятся к теме сообщения, но не менее 5-6 источников.

На основе прочитанного составьте план. Обязательно сформулируйте проблему. В ходе работы над текстом план может изменяться. В заключении необходимо сформулировать выводы по проблеме. Проверьте свое сообщение на наличие противоречий и неувязок. Обычный объем

сообщения не должен превышать 10-15 минут, чтобы оставить достаточно времени для его обсуждения и других выступлений.

Если выступление на семинарском занятии окажется успешным, то ваш доклад может быть рекомендован для участия во внутривузовском, областном или всероссийском конкурсах по гуманитарным дисциплинам. Участие в таких конкурсах не только полезно, но и престижно.

### ***Основные термины и понятия***

Для лучшего усвоения учебного материала в методических указаниях приводится перечень основных терминов и понятий, относящихся к каждой теме изучаемого спецкурса. Самостоятельно готовясь к семинарскому занятию, Вы должны не только разобраться в их сущности, но и уметь грамотно объяснить их содержание, привести иллюстрирующие примеры из конкретной хозяйственной практики.

### ***Вопросы для самостоятельной работы***

Вопросы для самостоятельной работы студентов призваны облегчить вам процесс усвоения учебного материала спецкурса. Они составлены таким образом, чтобы сфокусировать внимание студентов на ключевых понятиях учебного материала. Отвечая на них Вы не только освежите в памяти материал лекционного курса, но и научитесь ориентироваться в современных реалиях организации малого бизнеса. Если у вас возникнут затруднения с ответами, еще раз загляните в текст лекций или учебников.

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

Приведенные в методических указаниях задачи и упражнения составлены для того, чтобы Вы лучше усвоили взаимосвязь теории и практики организации малого бизнеса. Предполагается, что некоторые упражнения Вы выполните самостоятельно, а некоторые будете коллективно решать на семинарских занятиях. Если Вы захотите заранее прорешать упражнения и задания, то выполняйте их последовательно, так как они отражают внутреннюю логику изложения материала спецкурса.

# РАЗДЕЛ I. УСЛОВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## ТЕМА 1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Учебная цель** – получить представление о роли и месте предпринимательства в рыночной экономике.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Усвоить значение предпринимательства для общества.
- Уметь охарактеризовать сущность предпринимательской деятельности.
- Понять, какую роль играет малый бизнес в рыночной экономике.
- Иметь представление об общих принципах осуществления предпринимательской деятельности в условиях рыночных отношений.
- Знать слабые и сильные стороны малого бизнеса.

### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Сущность предпринимательской деятельности.
2. Роль малого бизнеса в рыночной экономике.
3. Значение малого бизнеса для экономического развития общества.
4. Сильные и слабые стороны малого бизнеса.
5. Условия успеха предпринимательства.

### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс: в 2-х кн. – М.: Интерпрайс, 1994.
- ✓ Гаджиев К.С. Предприниматель-налогоплательщик-государство. М.: ФБК, 1998.
- ✓ Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель. – Бишкек: Туран, 1996. – Гл. 14.
- ✓ Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: Инфра-М, 1997. – Гл. 23.
- ✓ Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуи К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 1, Гл. 1.
- ✓ Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей – М.: Дело, 1997. – Ч. 1.

### **Рекомендуемые темы сообщений**

1. Фундаментальное значение предпринимательства в экономическом развитии государства.
2. Взаимозависимость малого и крупного бизнеса.



## ***Основные термины и понятия***

Предпринимательство. Предпринимательская активность. Малое и крупное предпринимательство. Мобильность капитала в малом бизнесе. Факторы предпринимательства. Схема предпринимательской операции. Торговля, производственная деятельность, посредничество в малом бизнесе. Издержки, доходы и прибыль предпринимателя. Этика предпринимательства.

## ***Вопросы для самоконтроля***

1. Что, по вашему мнению, является гарантией непрерывного существования малого бизнеса?
2. Почему малые предприятия в среднем получают большую прибыль, чем крупные компании?
3. Обоснуйте, почему в мировой практике малый бизнес растет гораздо быстрее крупного?
4. Опишите взаимосвязь между прибылью и объемом производства предпринимателя.
5. Объясните, почему многие малые предприятия ликвидируются в течение первых лет своего существования?
6. Почему изучение малого бизнеса имеет первостепенное значение для тех, кто планирует создать собственное предприятие?

## ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Прокомментируйте типичные функции малого бизнеса в рыночной экономике:
  - а) создание рабочих мест;
  - б) внедрение новых товаров и услуг;
  - г) удовлетворение нужд крупных корпораций;
  - д) производство специализированных товаров и услуг.Можете привести еще примеры?
2. Какова должна быть численность работников предприятия, чтобы его можно было отнести к малому бизнесу:
  - а) до 10 человек;
  - б) до 30 человек;
  - в) до 50 человек;
  - г) до 100 человек.
3. Дайте свое определение терминам: *малый бизнес, прибыль на собственный капитал, инновация, суммарные активы, мобильность капитала, входные барьеры рынка.*
4. Объясните, в чем заключается стимулирующее воздействие на предпринимателя:
  - а) прибыли;
  - б) издержек;

- в) объемов производства;
  - г) рыночной конъюнктуры.
5. Прокомментируйте, какие из приведенных ниже качеств можно отнести к малому бизнесу:
- а) мобильность;
  - б) высокая доходность;
  - в) гибкость структуры;
  - г) широкая доступность.
6. Приведите основанные на местном материале конкретные примеры взаимодействия малого и крупного бизнеса. Можно ли говорить о тесной зависимости того и другого? Если да, то кто доминирует в таких отношениях и по каким критериям?

## **ТЕМА 2. РЫНКИ И ИХ РАЗНОВИДНОСТИ**

**Учебная цель** – получить представление о видах, структуре и особенностях целевых рынков.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Понимать особенности ведения предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики.
- Уметь дать общую характеристику рынка.
- Научиться выделять специализированные рынки.
- Усвоить критерии оценки состояния рынка.
- Ориентироваться в стратегиях поведения на различных типах рынков.

### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Структура потребительского спроса в рыночной экономике.
2. Рынки покупателей и рынки продавцов.
3. Виды, формы и особенности целевых рынков.
4. Критерии характеристики рынков.
5. Стратегии поведения в различных рыночных условиях.

### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: Инфра-М, 1997. – Гл. 11.
- ✓ Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства. С основами аграрных рынков: Курс лекций. – М.: ААИ "Тандем"; Изд-во "Экмос", 1998. – Гл. 19.
- ✓ Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – Гл. 5-7.
- ✓ Муравьев А.И. Малый бизнес (экономика, организация, финансы). Учебное пособие. – М.: Бизнес-пресса, 1999.
- ✓ Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В.М.Власовой. – М.: Финансы и статистика, 1994.

- ✓ Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. – М.: Юрист, 1998.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Виды и типы целевых рынков.
2. Особенности малого бизнеса на узкоспециализированных рынках.

### ***Основные термины и понятия***

Рыночная конъюнктура и ее роль в развитии экономики. Потребительские рынки. Целевые рынки. Зрелость рынка. Насыщение рынка. Розничные и оптовые рынки. Фьючерсные рынки. Рынок товаров промышленного значения. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных и муниципальных учреждений.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Прокомментируйте, как характеристики рынка влияют на уровень предпринимательской активности?
2. Приведите примеры специализированных рынков. Какие качества отличают их от неспециализированных рынков?
3. Объясните, чем отличаются рынки покупателей и рынки продавцов?
4. Чем оптово-розничные рынки отличаются от фьючерсных рынков? Что их объединяет?
5. Опишите алгоритм сегментирования рынка товаров длительного пользования.
6. Почему производственные отрасли более благоприятны для крупного бизнеса, чем для мелкого?

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Охарактеризуйте особенности сегментирования рынка:
  - а) по географическому признаку;
  - б) по демографическому признаку;
  - в) по психологическим признакам;
  - г) по поведенческим признакам.
2. Поясните, к каким видам рынков относятся:
  - а) рынок домохозяек;
  - б) рынок автомобилей;
  - в) рынок школьных завтраков.
3. Поясните, как проявляется фактор насыщения рынка в трех различных стадиях:
  - а) дефицита товаров;
  - б) равновесности спроса и предложения;
  - в) избытка предложения.
4. Охарактеризуйте особенности рынков предприятий:
  - а) рынка товаров промышленного назначения;

- б) рынка промежуточных продавцов;
- в) рынка государственных учреждений.
- 5. Предположим, что Вы собираетесь открыть частное агентство по найму. Дайте общую характеристику рынка этого вида услуг.
- 6. Прodelайте по отношению к рынку столового майонеза.

### **ТЕМА 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**Учебная цель** – усвоить взаимосвязь между формами и индивидуальными особенностями организации бизнеса.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Уяснить особенности различных организационно-правовых форм малого бизнеса в России и за рубежом.
- Научиться оценивать экономическую целесообразность использования тех или иных организационно-правовых форм малого бизнеса.
- Понимать причины использования различных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности.
- Хорошо ориентироваться в сильных и слабых сторонах тех или иных организационно-правовых форм малого бизнеса.
- Знать порядок регистрации организационно-правовых форм малого бизнеса.

#### ***План семинарского занятия (2 часа):***

1. Роль и интересы государства в регулировании предпринимательской деятельности.
2. Цели и задачи регламентации предпринимательской деятельности.
3. Оптимизация организационной структуры для предприятий малого бизнеса.
4. Взаимосвязь организационной структуры и видов деятельности в малом бизнесе.
5. Экономическая эффективность использования различных организационно-правовых форм организации малого бизнеса.

#### ***Рекомендуемая литература***

- ✓ Бусыгин А.В. Предпринимательство. – М.: Дело, 1999.
- ✓ Глущенко Е.В. Основы предпринимательства. – М.: Вестник, 1997.
- ✓ Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: Инфра-М, 1997. – Гл. 22.
- ✓ Муравьев А.И. Малый бизнес (экономика, организация, финансы). Учебное пособие. – М.: Бизнес-пресса, 1999.
- ✓ Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В.М.Власовой. – М.: Финансы и статистика, 1994.

- ✓ Пустозерова В.М., Соловьев А.А. Справочник по малому предпринимательству. – М.: Приор, 1999.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Критерии экономической целесообразности выбора различных правовых форм предпринимательской деятельности.
2. Особенности организации различных видов предпринимательской деятельности.

### ***Основные термины и понятия***

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Индивидуальное предпринимательство. Государственное лицензирование. Статус юридического лица. Коллективное предпринимательство. Интеграционные формы предпринимательства. Производственное, коммерческое, финансовое, страховое, посредническое предпринимательство.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Опишите основные формы собственности в малом бизнесе.
2. Перечислите основные организационно-правовые формы организации предпринимательской деятельности.
3. Поясните, чем отличается общество с ограниченной ответственностью от акционерного общества закрытого типа?
4. Прокомментируйте основные цели государственного лицензирования отдельных видов предпринимательской деятельности.
5. В какой форме может осуществляться участие крупного предприятия в делах малого бизнеса?
6. Могут ли некоммерческие организации заниматься предпринимательской деятельностью? Какие из них Вы знаете?

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Назовите, в каких из перечисленных ниже организационно-правовых формах может существовать малый бизнес:
  - а) общество с ограниченной ответственностью;
  - б) акционерное общество закрытого типа;
  - в) общественная организация;
  - г) муниципальное унитарное предприятие;
  - д) творческий союз.
2. Определите виды хозяйственной деятельности, которыми не может заниматься малый бизнес:
  - а) банковские услуги;
  - б) благотворительность;
  - в) политическая деятельность;
  - г) страхование;
  - д) социальное обслуживание.

3. Приведите и прокомментируйте преимущества и недостатки следующих организационно-правовых форм:
  - а) общество с ограниченной ответственностью;
  - б) частный предприниматель без образования юридического лица;
  - в) акционерное общество закрытого типа;
  - г) муниципальное унитарное предприятие.
4. Прокомментируйте смысловое наполнение терминов:
  - а) неограниченная ответственность;
  - б) совместное предприятие;
  - в) общественная организация.
5. Назовите наиболее приемлемые на ваш взгляд формы организации предпринимательства в следующих сферах:
  - а) челночный бизнес;
  - б) розничная торговля;
  - в) открытие химчистки;
  - г) служба доставки периодических изданий;
  - д) парикмахерская.Ответ обоснуйте.

#### **ТЕМА 4. НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Учебная цель** – усвоить сущность и структурные особенности налоговой системы Российской Федерации.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Понять назначение налоговой системы Российской Федерации.
- Узнать основные виды налогов и сборов.
- Различать федеральные, региональные и местные налоги.
- Знать механизм применения налоговых санкций и налогового кредитования предпринимателей.
- Иметь представление о порядке исчисления и уплаты налогов в малом бизнесе.
- Разбираться в критериях оценки правильности ведения налоговой отчетности малым бизнесом.
- Свободно ориентироваться в правах и обязанностях налогоплательщиков.
- Получить представление о целях и задачах налогового стимулирования малого бизнеса.

#### **План семинарских занятий (4 часа):**

1. Структура налоговой системы Российской Федерации.
2. Основные виды налогов и сборов.
3. Принципы определения налогооблагаемой базы.
4. Порядок уплаты налогов.
5. Права и обязанности налогоплательщиков.

6. Права и обязанности налоговых органов.
7. Порядок проведения налоговых проверок.
8. Налоговые отсрочки и льготы.
9. Налоговая и коммерческая тайна.

### ***Рекомендуемая литература***

- ✓ Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: Инфра-М, 1997. – Гл. 20.
- ✓ Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей – М.: Дело, 1997. – Ч. 3.
- ✓ Сутырин С.Ф. Налоги и налоговое планирование в мировой экономике: Учебное пособие. – М.: Полиус, 1998.
- ✓ Тарасов И.А. Налоговая проверка. – М.: ФБК-Пресс, 1997.
- ✓ Черник Д.Г., Починок А.П., Морозов В.П. Основы налоговой системы: Учебное пособие для вузов. – М: Финансы, ЮНИТИ, 1998.
- ✓ Что и как проверяет налоговая инспекция. – М.: ИНФРА-М, 1995.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Влияние налогового регулирования на предпринимательский климат.
2. Особенности налогообложения малого бизнеса.
3. Налоговое планирование в малом бизнесе.
4. Приоритеты налогового контроля.

### ***Основные термины и понятия***

Сущность налогов и налоговой системы. Принципы налогообложения. Виды налогов. Налогооблагаемая база. Акцизы и таможенные пошлины. Налоги с физических лиц. Налоговая декларация. Налогообложение предприятий. Налог на прибыль. Налог на добавленную стоимость. Налог на вмененный доход. Региональные и местные налоги. Особенности налогового регулирования экономики в России. Налоговое стимулирование инвестиционного процесса.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Сформулируйте основные принципы налогообложения.
2. В чем заключается различие федеральных, региональных и местных налогов?
3. Кто устанавливает налоги в Российской Федерации?
4. Перечислите объекты налогообложения. Прокомментируйте каждый из них.
5. Сопоставьте понятия "доход" и "дивиденд". Что тут первично, а что вторично?
6. Покажите, чем отличается налог на прибыль от налога на добавленную стоимость?

7. В чем заключается сущность и задачи налогового кредитования? Какие цели преследуются при этом?
8. Что такое налоговая ставка и налоговая база? Как они исчисляются?
9. Прокомментируйте механизм исчисления и взимания пеней.
10. Поясните, чем идентичные товары отличаются от однородных товаров?
11. Приведите порядок взыскания налоговой задолженности за счет имущества налогоплательщиков. Какова его последовательность?

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Определите в чьем ведении (федерального центра, региональных или местных властей) находятся следующие налоги:
  - налог на добавленную стоимость;
  - таможенная пошлина и таможенные сборы;
  - экологический налог;
  - налог с продаж;
  - налог на имущество организаций;
  - налог на имущество физических лиц;
  - земельный налог.
2. Поясните содержание, основные черты и отличия двух способов определения рыночной цены товара в целях налогообложения:
  - 1) метод цены последующей реализации;
  - 2) затратный метод.
3. Поясните, что признается рынком товаров для целей налогообложения малого бизнеса:
  - а) сфера потребления;
  - б) сфера обращения;
  - в) сфера производства.
4. Приведите и прокомментируйте определения различных объектов налогообложения:
  - а) имущества;
  - б) товаров;
  - в) работ;
  - г) услуг.
5. Прокомментируйте, что признается местом нахождения имущества для целей налогообложения в каждом из приведенных случаев:
  - 1) для недвижимого имущества;
  - 2) для морских, речных и воздушных транспортных средств;
  - 3) для автомобильного транспорта;
  - 4) для крупного рогатого скота.
6. Поясните, кто ведет учет налогоплательщиков (выберите и поясните правильный вариант ответа):
  - а) органы государственной статистики;



- б) налоговые органы;
  - в) органы регионального управления;
  - г) органы юстиции.
7. Кто должен подавать налоговую декларацию (выберите правильный вариант ответа):
- а) частные предприниматели;
  - б) все граждане, чьи доходы превысили определенный законом предельный уровень;
  - в) сотрудники бюджетных учреждений.
8. Поясните, какие из приведенных ниже видов предпринимательской деятельности не признаются реализацией товаров (работ, услуг):
- а) вклады в уставной капитал;
  - б) вклады по договору о совместной деятельности;
  - в) спонсорские взносы товарно-материальными ценностями;
  - г) организация культурно-массовых мероприятий.
9. Поясните, какие сведения не могут составлять налоговую тайну:
- а) об уставном капитале организации;
  - б) о сумме налоговых платежей;
  - в) о размерах наложенных налоговых санкций;
  - г) о поставщиках и потребителях.
- Почему?

## РАЗДЕЛ II. ОРГАНИЗАЦИЯ И ВЕДЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

### ТЕМА 5. БИЗНЕС-ПЛАН

**Учебная цель** – уяснить роль планирования в организации предпринимательской деятельности.

**В процессе изучения данной темы Вы должны:**

- Усвоить значение бизнес-плана для эффективной организации предпринимательской деятельности.
- Выяснить основные цели и задачи планирования бизнеса.
- Изучить методику составления и типовую структуру бизнес-плана.
- Уметь модернизировать задачи бизнес-плана в зависимости от конкретной ситуации и задач предпринимательской деятельности.
- Научиться увязывать содержание бизнес-плана с интересами и потребностями тех, на кого он ориентирован.

#### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Потребность в планировании бизнеса.
2. Цели планирования бизнеса.
3. Составные части бизнес-плана.
4. Наличная смета.
5. График прибыльности бизнеса.

#### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Бэнгз Д. Руководство по составлению бизнес-плана. – М: ДиС, 1998.
- ✓ Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: Инфра-М, 1997. – Гл. 23.
- ✓ Лишанский М.Л. Краткосрочное кредитование сельскохозяйственных предприятий. – М.: ЮНИТИ, 2000.
- ✓ Пелих А.С Бизнес-план (или как организовать собственный бизнес). – М.: Ось-89, 1996.
- ✓ Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей – М.: Дело, 1997. – Ч. 2.
- ✓ Уткин Э.А. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. – М: Экмос, 1999.

#### **Рекомендуемые темы сообщений**

1. Роль бизнес-плана в организации бизнеса.
2. Структура бизнес-плана.

## ***Основные термины и понятия***

Планирование бизнеса. Цели и задачи предпринимательской сделки. Предмет бизнес-операции. Анализ рынка сбыта. Схема организации работ. Оценка эффективности проектов. Оперативный план. Финансовый план. Потенциал рынка. Схема организационной структуры. Наличная смета. График прибыльности бизнеса.

## ***Вопросы для самоконтроля***

1. Зачем составлять бизнес-план в письменном виде?
2. Почему важнейшим этапом бизнес-плана является маркетинговое исследование?
3. Какую информацию необходимо собрать начинающему предпринимателю?
4. В чем заключается различие между оперативными и финансовыми планами?
5. В каких ситуациях, помимо создания нового предприятия, применяется бизнес-план? Дайте подробный ответ.
6. Почему прогноз выручки от реализации продукции считается для предпринимателя самым важным критерием?

## ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Поясните, какую роль играют в развитии малого бизнеса:
  - а) территориальные особенности;
  - б) конкурентная среда;
  - в) демографическая ситуация;
  - г) наличие собственного капитала.Приведите другие возможные факторы.
2. Поясните роль и степень необходимости в малом бизнесе услуг специалистов перечисленных ниже отраслей:
  - а) бухгалтер – для ведения финансовой отчетности;
  - б) юрист – для юридического консультирования;
  - в) финансист – для консультирования по финансовым вопросам;
  - г) страховой агент;
  - д) консультант по компьютерам.
3. Охарактеризуйте приведенные ниже критерии оценки потенциала рынка:
  - а) покупательная способность;
  - б) конкурентная среда;
  - в) степень востребованности товара.Какие еще критерии оценки рыночного потенциала Вы можете привести и прокомментировать?
4. Охарактеризуйте особенности бизнес-плана:
  - а) в торговле;

- б) в строительстве;
  - в) в издательской деятельности;
  - г) в образовательной деятельности.
5. Какие из перечисленных ниже разделов относятся к финансовому плану, а какие к оперативному:
- а) стоимость активов;
  - б) ассортимент продукции;
  - в) прогноз выручки;
  - г) организационная структура;
  - д) организационные расходы.
6. Предположим, Вы собираетесь открыть мини-пекарню. Для каких целей вам может понадобиться бизнес-план? Какие разделы он будет включать?

## **ТЕМА 6. ФРАНЧАЙЗИНГ**

**Учебная цель** – усвоить сущность отношений франчайзинга, их перспективы в развитии предпринимательской деятельности в России.

**В процессе изучения данной темы Вы должны:**

- Уметь охарактеризовать сущность франчайзинга.
- Уяснить роль франчайзинга в современной экономике.
- Свободно обосновывать сильные и слабые стороны франчайзинга.
- Легко ориентироваться в особенностях франчайзинговых систем.
- Усвоить значение франчайзинга как одной из форм организации малого бизнеса.

### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Виды систем франчайзинга.
2. Возможности франчайзинга.
3. Поиск вероятных кандидатов на предоставление франшизы.
4. Выбор франшизы.
5. Условия успешного франчайзинга.

### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. – М.: ЮНИТИ, 1999.
- ✓ Практикум по франчайзингу для российских предпринимателей. – СПб.: 1997.
- ✓ Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т.1, Гл. 3.
- ✓ Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей – М.: Дело, 1997. – Ч. 2.
- ✓ Стенворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе. – М.: ЮНИТИ, 1996.

- ✓ Щур Д.Л. Труханович Л.В. Основы торговли. Розничная торговля. – М.: ДиС, 1999.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Проблемы и перспективы развития франшиз.
2. Опыт франчайзинговой деятельности в России.

### ***Основные термины и понятия***

Франчайзинг. Франшиза. Франчайзи (франшизодержатель, франшизиат). Франшизер (франшизодатель, франшизиар). Франшизный взнос. Роялти. Франшизный договор. Франшизы на тип предприятия. Комбинированные франшизы. Конвертируемые франшизы. Территориальные франшизы. Единичные франшизы. Множественные франшизы. Франшизы на фирменное имя. Субфраншизы.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Можно ли считать франчайзи предпринимателем? Дайте подробное объяснение.
2. Назовите некоторые виды франчайзинговых систем и обоснуйте их различия.
3. Чем объясняется быстрое распространение франчайзинга?
4. Опишите возможные злоупотребления во франчайзинге и предложите пути их исправления.
5. Почему франшизный договор выступает в качестве основы любых отношений между франчайзи и франшизером?
6. Перечислите вероятные причины аннулирования франшизой франшизного договора.

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Что должна включать программа франшизера по подготовке управленческого персонала, чтобы принести максимальную пользу для франчайзи?
2. Представьте, что Вы – франчайзи мини-пекарни. Некто предлагает купить вашу мини-пекарню гораздо дороже ее балансовой стоимости. Кто, по вашему мнению, может претендовать на прибыль от этой операции – Вы или франшизер?
3. Опишите возможные франчайзинговые отношения:
  - а) в розничной торговле;
  - б) в оптовой торговле;
  - в) в пищевой промышленности;
  - г) в банковской сфере;
  - д) на транспорте;
  - е) в сетевом маркетинге.

4. Можно ли привести в качестве примеров франчайзинга торговые марки:
  - а) "Кока-кола";
  - б) "Макдональдс";
  - в) "Довгань".Ответ обоснуйте.
5. Объясните, в чем заключаются различия и что общего у франчайзинга и прямого маркетинга?

## **ТЕМА 7. ЛИЗИНГ**

*Учебная цель* – усвоить значение и место лизинговой деятельности в современной рыночной экономике.

***В процессе изучения данной темы*** Вы должны:

- Понять роль и значение лизинга в современной рыночной экономике.
- Легко ориентироваться в особенностях и разновидностях лизинговых сделок.
- Уметь предварительно оценивать эффективность лизинговых сделок.
- Понимать приоритеты лизинговых компаний при заключении сделок.
- Хорошо представлять основные направления развития лизинга.

### ***План семинарского занятия (2 часа):***

1. Сущность лизинга.
2. Финансовый лизинг.
3. Возвратный лизинг.
4. Оперативный лизинг.
5. Государственная поддержка лизинга.

### ***Рекомендуемая литература***

- ✓ Васильев Н.М. Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства. – М.: Дека, 1999.
- ✓ Газман В.Д. Рынок лизинговых услуг. – М.: Фонд "Правовая культура", 1999.
- ✓ Карп М.В., Махмутов Р.А. Финансовый лизинг на предприятии. – М.: ЮНИТИ, 1998.
- ✓ Лишанский М.Л. Краткосрочное кредитование сельскохозяйственных предприятий. – М.: ЮНИТИ, 2000.
- ✓ Самохвалова Ю.Н. Лизинг в России. – М.: Экономика, 1999.
- ✓ Силинг С. Лизинг в вопросах и ответах. Практическое руководство по лизингу. – СПб.: Санкт-Петербург, 1999.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Приоритеты развития лизинга в России.
2. Сравнительная характеристика лизинга и банковского кредитования.

## ***Основные термины и понятия***

Сущность лизинговой деятельности. Субъекты лизинга. Объекты лизинга. Основные признаки и условия лизинговых сделок. Финансовый лизинг. Возвратный лизинг. Оперативный лизинг. Сублизинг. Отношения собственности при лизинговых сделках. Государственная поддержка лизинговой деятельности.

## ***Вопросы для самоконтроля***

1. Чем отличается финансовый лизинг от оперативного лизинга? Приведите российский аналог термина "оперативный лизинг".
2. Почему в лизинговых сделках три субъекта, а не два? Поясните роль каждого из трех субъектов лизинговых сделок.
3. В чем заключается экономическая сущность сделок сублизинга?
4. Какова роль лизинга в развитии малого бизнеса?
5. Поясните особенности отношений собственности при совершении лизинговых сделок.
6. Сравните банковское кредитование и лизинг в качестве источников финансирования малого предпринимательства.

## ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Прокомментируйте утверждение Аристотеля: "...богатство состоит не во владении имуществом, а в пользовании им".
2. Что не может быть предметом лизинговых сделок (выберите правильные варианты ответов):
  - а) земельные участки;
  - б) интеллектуальная собственность;
  - в) природные объекты;
  - г) домашние животные;
  - д) ценные бумаги.
3. В 1800 г. до н.э. в Вавилоне существовало предприятие "Мурашу", которое брало в аренду у землевладельцев землю и сдавало ее в аренду крестьянам. Относится ли эта деятельность к лизингу, и если да, то к какому виду лизинга можно ее отнести?
4. Определите и обоснуйте основные приоритеты лизинговых компаний при заключении лизинговых сделок:
  - а) извлечение прибыли;
  - б) производственная деятельность;
  - в) развитие производства партнеров;
  - г) опытно-конструкторские разработки.
5. Прокомментируйте следующие утверждения:
  - а) лизинг создает дополнительную конкуренцию на рынке финансовых услуг;
  - б) лизинг увеличивает объем капитальных вложений;

- в) лизинг способствует сбыту оборудования;
- г) лизинг способствует модернизации производства и развитию малого бизнеса;
- д) лизинг способствует проведению индустриальной и финансовой политики.

## **ТЕМА 8. МАРКЕТИНГ**

**Учебная цель** – усвоить роль и место маркетинга в процессе организации и осуществления предпринимательской деятельности.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Понимать значение маркетинга в рыночной экономике.
- Знать принципы планирования маркетинга в малом бизнесе.
- Ориентироваться в различных стратегиях маркетинга.
- Различать особенности позиционирования товаров.
- Уметь сегментировать потребительский спрос на рынке.

### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Значение маркетинговой деятельности для малого бизнеса.
2. Позиционирование товаров.
3. Организация каналов товародвижения.
4. Дизайн и реклама в системе маркетинга.
5. Ценообразование в системе маркетинга.

### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Бревнов А.А. Маркетинг малого предприятия. М.: ВИРА-Р, 1998.
- ✓ Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности: маркетинг. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999.
- ✓ Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991.
- ✓ Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуи К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 2, Гл. 12.
- ✓ Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей – М.: Дело, 1997. – Ч. 3.
- ✓ Стенворд Дж. Маркетинг в малом бизнесе. – М.: ЮНИТИ, 1996.

### **Рекомендуемые темы сообщений**

1. Роль маркетинга в рыночной экономике.
2. Маркетинговая информационная система.

### **Основные термины и понятия**

Комплекс маркетинга. План маркетинга. Стратегии маркетинга. Сегментирование рынка. Позиционирование товара. Каналы товародвижения. Цена. Квоты сбыта. Реклама. Этапы жизненного цикла товара. Прямой



маркетинг. Персональная (личная) продажа. Стимулирование сбыта. Сервис. Паблсити.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Чем отличается маркетинговая деятельность от сбытовой деятельности? Обоснуйте.
2. Философ Арнольд Тойнби, критикуя практику маркетинга в США, считает, что американскими потребителями манипулируют, вынуждая их приобретать товары, которые не нужны для удовлетворения их "минимально необходимых материальных требований жизни и подлинных потребностей". Какова ваша позиция? Обоснуйте ее.
3. Разберите на примерах различия двух подходов к управлению маркетингом: концепции совершенствования товаров и концепции совершенствования производства.
4. Опишите этапы управления маркетингом.
5. Прокомментируйте утверждение: если управляющие хорошо справляются с планированием и контролем, то они хорошо справляются с маркетинговой деятельностью.
6. Какова взаимосвязь различных средств маркетинга, образующих комплекс маркетинга?

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Вы собираетесь пройти курс коррекции фигуры в "VIP-центре" МУП "Чародейка" г.Омска. Примените к данной ситуации понятия "товар", "потребительские предпочтения", "рынок".
2. Приведите примеры маркетинга:
  - а) в некоммерческих организациях;
  - б) в сфере услуг;
  - в) в розничной торговле;
  - г) в производственной сфере.
3. Прокомментируйте, какое место занимают в комплексе маркетинга перечисленные виды деятельности:
  - а) реклама;
  - б) дизайн;
  - в) торговые скидки;
  - г) пропаганда.
4. Приведите конкретные примеры, показывающие, чем отличается стимулирование сбыта от рекламной деятельности.
5. Прокомментируйте возможные направления маркетинговой деятельности в розничной торговле бытовой техникой.

## РАЗДЕЛ III. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И РЫНОК

### ТЕМА 9. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Учебная цель** – усвоить роль и место маркетинговых исследований в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Формулировать место и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.
- Знать содержания основных этапов маркетингового исследования.
- Научиться предварительно анализировать результаты маркетингового исследования.
- Освоить принципы проведения простейших маркетинговых исследований в малом бизнесе.
- Понимать критерии отбора маркетинговой информации.

#### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Применение маркетинговых исследований.
2. Необходимость получения объективной информации.
3. Поиск информации.
4. Анализ информации.
5. Принятие решения.

#### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Березин И. Маркетинг и исследование рынков. – М.: РДЛ, 1999.
- ✓ Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. – М.: Финпресс, 1998.
- ✓ Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998. – Ч. 2.
- ✓ Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – Гл. 3.
- ✓ Селезнев А.В. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. – М.: Юрист, 1999.
- ✓ Эванс Дж.М., Берман Б. Маркетинг. – М.: Экономика, 1993. – Гл. 6-8.

#### **Рекомендуемые темы сообщений**

1. Особенности маркетинговых исследований.
2. Индикаторы состояния целевых рынков.

#### **Основные термины и понятия**

Первичный (нестимулированный) спрос. Текущий рыночный спрос. Жизненный цикл семьи. Стил жизни. Мотивационные исследования. Общественный класс. Социальная роль. Экспертные оценки. Анализ рыночной доли. Определение характеристик рынка. Изучение каналов товародвижения. Планирование маркетинга.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. На какие вопросы позволяет ответить изучение рынка?
2. Охарактеризуйте особенности первичного спроса и его роль в развитии предпринимательства.
3. Чем отличаются маркетинговые исследования от социологических исследований? Что у них общего?
4. Перечислите внутрифирменные факторы и факторы внешней среды, которые могут послужить причиной маркетингового исследования.
5. Расскажите о побудительных приемах маркетинга и их взаимосвязи с ответной реакцией потребителей.
6. "Города – ключ к планам маркетинга". Прокомментируйте это утверждение.

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Прокомментируйте возможные виды маркетинговых исследований:
  - а) в производстве;
  - б) в розничной торговле;
  - в) в оптовой торговле;
  - г) в образовании.Приведите примеры.
2. Предположим, что исследования образа жизни выявили тенденцию укрепления убеждения, что "Интернет" помогает студентам более эффективно готовиться к зачетам и экзаменам по экономической теории. Каким образом может сказаться подобное отношение на сбыте компьютерных ковриков для мыши?
3. Перед вами стоит задача выяснить, почему на некоторые специальности омских вузов отсутствует конкурс. Поясните, как бы Вы провели маркетинговое исследование в данной ситуации.
4. Кратко охарактеризуйте целевые рынки:
  - а) подгузников;
  - б) сигарет "Прима";
  - в) шоп-туров в Грецию.Какие формы маркетинговых исследований приемлемы на каждом из них?
5. Предположим, что специалист по маркетингу фирмы "Росар" интересуется, каков потенциал рынка студентов вузов г.Омска для продукции этой фирмы. Каково будет ваше заключение и какие еще исследования нужно провести, чтобы ответить на этот вопрос?

## **ТЕМА 10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

***Учебная цель*** – уяснить преимущества и возможности непосредственного использования информационных технологий в предпринимательской деятельности.

***В процессе изучения данной темы Вы должны:***

- Получить представление о назначении и использовании компьютерных баз данных.
- Усвоить назначение основных видов компьютерных баз данных.
- Научиться ориентироваться на современном рынке прикладных компьютерных программ.
- Уметь сопоставлять задачи малого бизнеса и пути их решения с использованием современных информационных технологий.
- Знать принципы формирования и использования компьютерных баз данных.

### ***План семинарского занятия (2 часа):***

1. Роль компьютерных баз данных в организации делопроизводства и осуществления предпринимательской деятельности.
2. Принципы построения и функционирования правовых компьютерных баз данных (системы "Гарант", "Консультант", "Кодекс" и др.).
3. Виды и назначение электронных таблиц.
4. Формы хозяйственной документации, электронная верстка.
5. Электронная торговля и ресурсы сети "Интернет".

### ***Рекомендуемая литература***

- ✓ Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход. – М.: ЮНИТИ, 1997. – Гл. 33.
- ✓ Дунаев С. Доступ к базам данных и техника работы в сети. – М.: Диалог-МИФИ, 1999.
- ✓ Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998. – Гл. 23.
- ✓ Линтон И. Маркетинг по базам данных. – Мн.: Амалфея, 1998.
- ✓ Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Гл. 16.
- ✓ Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей – М.: Дело, 1997. – Ч. 3.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Преимущества использования компьютера.
2. Использование программного обеспечения в малом бизнесе.

### ***Основные термины и понятия***

Информационные ресурсы в малом бизнесе. Правовые, статистические и прикладные базы данных. Электронные таблицы. Редактирование текстов. Графическое представление данных. Настольная издательская система. Электронная почта. Ресурсы и возможности сети "Интернет". Электронная торговля.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Какие виды информационных ресурсов могут использоваться в малом бизнесе? Для каких целей?
2. В чем заключается предназначение правовых баз данных? Какие разделы они содержат?
3. Приведите примеры компьютерных баз данных прикладного характера в сфере услуг.
4. Какие проблемы позволяют решать правовые базы данных?
5. Охарактеризуйте недостатки и преимущества использования модемной связи, электронной почты, сети "Интернет".
6. Составьте и прокомментируйте примерную схему организации электронной торговли через сеть "Интернет".

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Охарактеризуйте возможные варианты использования электронных таблиц:
  - а) в торговле;
  - б) на производстве;
  - в) в сфере услуг.
2. Какую роль играют компьютерные базы данных в процессе организации и проведения:
  - а) маркетинговых исследований?
  - б) социологических исследований?
3. Прокомментируйте, как используются компьютерные базы данных:
  - а) в организации товародвижения;
  - б) в организации делопроизводства;
  - в) в управлении запасами.
4. Сопоставьте основные черты, назначение и применение:
  - а) статистических баз данных;
  - б) прикладных баз данных;
  - в) электронных таблиц.
5. Представьте, что Вы собираетесь открыть магазин, специализирующийся на торговле канцелярскими товарами. Какие базы данных и зачем вам могут понадобиться?

## **ТЕМА 11. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

***Учебная цель*** – усвоить закономерности экономического поведения потребителей в рыночных условиях.

***В процессе изучения данной темы*** Вы должны:

- Знать особенности формирования потребительского спроса и его проявления в рыночной среде.

- Понимать взаимозависимость потребительского спроса и предложения.
- Уметь охарактеризовать воздействие предпочтений потребителей на развитие малого бизнеса.
- Хорошо ориентироваться в структуре потребительского спроса.
- Прогнозировать экономическое поведение потребителей в зависимости от рыночной конъюнктуры.

### ***План семинарского занятия (2 часа):***

1. Роль экономического поведения потребителей в рыночной экономике.
2. Зависимость структуры личного потребления от дохода.
3. Эластичность спроса на различные виды товаров.
4. Потребительские свойства и жизненный цикл товаров.
5. Оценка степени удовлетворения запросов потребителей.

### ***Рекомендуемая литература***

- ✓ Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель. – Бишкек: Туран, 1996. – Гл. 5.
- ✓ Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства. С основами аграрных рынков: Курс лекций. – М.: ААИ "Тандем"; Изд-во "Экмос", 1998. – Гл. 13.
- ✓ Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998. – Гл. 6-7.
- ✓ Пидкасистый А.П. Экономическое поведение потребителей. – М.: Российское педагогическое агентство, 1997.
- ✓ Строков В.А. Экономический механизм предпринимательской деятельности. – М.: АО "Солид", 1996. – Гл. 3.
- ✓ Энджел Дж.Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. – СПб: Питер Ком, 1999.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Характерные особенности поведения потребителей в условиях рынка.
2. Взаимосвязь экономических предпочтений потребителей и жизненного цикла товаров.

### ***Основные термины и понятия***

Потребительский спрос. Эластичность спроса. Мотивация и самовосприятие. Пирамида потребностей А.Маслоу. Шкала ценностей. Предельная полезность и предельная желаемость товара. Структура потребления. Жизненный цикл товара. Закон Энгеля. Ресурсы потребителей. Консьюмеризм.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Опишите процесс восприятия потребителем товаров-новинок. Поясните, почему сознание покупателей иногда называют черным ящиком?
2. Можно ли считать экономические блага средствами экономического поведения потребителей?
3. Как окружающая среда управляет экономическим поведением потребителей?
4. Как зависит потребительский спрос будущих периодов времени от спроса текущих периодов?
5. Охарактеризуйте влияние рекламы на отношение потребителей к товару и их поведение на рынке.
6. Какой вклад вносит анализ поведения потребителя в область финансов? Производства? Недвижимости? Страхования? Управления?

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Как приведенные ниже признаки характеризуют сегменты потребительского спроса:
  - а) половно-возрастная структура;
  - б) образовательный уровень;
  - в) уровень доходов.Ответ обоснуйте.
2. Прокомментируйте экономическое содержание переменных, формирующих принятие решения потребителями на рынке:
  - а) индивидуальные различия;
  - б) влияние среды;
  - в) психологические процессы.
3. Прокомментируйте значимость для потребителя следующих критериев оценки товаров:
  - а) цена;
  - б) марка;
  - в) страна-производитель.
4. Прокомментируйте влияние перечисленных ниже детерминант оценки товаров на экономическое поведение потребителей:
  - а) влияние ситуации;
  - б) схожесть вариантов;
  - в) мотивация;
  - г) заинтересованность;
  - д) знания.Приведите другие варианты возможных доминант.
5. Какие темы из приведенного ниже списка характеризуют поведение потребителя:
  - а) выбор учебного заведения;

- б) страхование жизни;
- в) курение;
- г) посещение кинотеатра.

## **ТЕМА 12. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

**Учебная цель** – уяснить особенности ценообразования в малом бизнесе.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Усвоить сущность ценообразования в рыночных условиях.
- Свободно ориентироваться в различных стратегиях ценообразования.
- Научиться использовать в зависимости от ситуации различные подходы к ценообразованию.
- Понять механизм ценовой конкуренции в малом бизнесе.
- Освоить методы эффективного реагирования на изменение ценовой конъюнктуры рынка.

### ***План семинарского занятия (2 часа):***

1. Ценообразование на различных типах рынков.
2. Постановка задач ценообразования.
3. Выбор метода ценообразования.
4. Установление окончательной цены.
5. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.

### ***Рекомендуемая литература***

- ✓ Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства. С основами аграрных рынков: Курс лекций. – М.: ААИ "Тандем"; Изд-во "Экмос", 1998. – Гл. 17.
- ✓ Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – Гл. 11.
- ✓ Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: Инфра-М, 1997. – Гл. 14.
- ✓ Кушлин В.И. Экономика предпринимательства: Курс лекций. – М.: Владос, 1999.
- ✓ Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуи К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 2, Гл. 13.
- ✓ Цацулин А.Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга. – М.: Филин, 1998.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Ценообразование в конкурентной среде.
2. Особенности ценообразования в малом бизнесе.



## ***Основные термины и понятия***

Цена – инструмент экономики. Функции цены. Виды цен. Внешние и внутренние факторы ценообразования. Установление цены на новый товар. Установление цен по географическому признаку. Установление цен со скидками и зачетами. Установление дискриминационных цен. Инициативное изменение цен. Ценовая конкуренция и ценовая война.

## ***Вопросы для самоконтроля***

1. Объясните, как фирма определяет спрос и устанавливает цену на новый товар?
2. Поясните, как осуществляется ценообразование на различных типах рынков:
  - а) на рынке чистой конкуренции;
  - б) на рынке монополистической конкуренции;
  - в) на олигополистическом рынке;
  - г) в условиях чистой монополии.
3. Прокомментируйте, каким образом ценовая политика связана с другими элементами маркетинговой деятельности – товаром, методами его распространения и стимулирования?
4. Охарактеризуйте основные виды торговых скидок и зачетов.
5. Расскажите, почему предприниматели решаются на инициативное изменение цен?
6. Приведите и обоснуйте основные факторы, влияющие на установление окончательной цены товара.

## ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Перечислите основные факторы при установлении цен на товары на четырех типах рынках, о которых говорилось выше.
2. Соотнесите основные факторы подхода к разработке политики ценообразования, которые приходится учитывать АОЗТ "Сибирь" (пр-во кожгалантереи) при формировании цен на новый товарный ассортимент.
3. Магазины торговой сети "Эльдорадо" время от времени прибегают к агрессивной политике скидок наличными при попытке продать больше бытовой техники. Какая опасность таится в такой стратегии ценообразования?
4. Если бы у вас появилась возможность открыть мини-пекарню с постоянными издержками – 300 тыс. руб. в год, переменными издержками – 1,5 руб. на условную буханку хлеба, а конкурентная цена этой буханки по вашим подсчетам должна составлять 3,5 руб., вложили бы Вы свой капитал в это предприятие?

5. Прокомментируйте, как Вы поступите, если рядом с одной из ваших торговых точек, находящейся на бойком месте и дающей хороший доход, кто-то пристроит аналогичную торговую точку?
6. Как выглядит процесс позиционирования товара на омском рынке на примере газированной воды?

## РАЗДЕЛ IV. ГОСУДАРСТВО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

### ТЕМА 13. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Учебная цель** – усвоить основные принципы стимулирования предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Уметь формулировать основные виды стимулирования предпринимательства в рыночной экономике.
- Понимать приоритеты стимулирования малого бизнеса государственными, муниципальными органами власти, а также негосударственными организациями.
- Знать особенности венчурного инвестирования и банковского кредитования.
- Ориентироваться в критериях оценки предпринимательского климата.
- Разбираться в требованиях, предъявляемых в малому бизнесу в процессе внешнего инвестирования.

#### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Заинтересованность государства в стимулировании предпринимательской деятельности.
2. Приоритеты государственной поддержки предпринимательства.
3. Влияние государственной политики стимулирования предпринимательства на предпринимательский климат.
4. Стимулирование предпринимательства на региональном и муниципальном уровне.
5. Негосударственные программы поддержки предпринимательства.

#### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: Инфра-М, 1997. – Гл. 28.
- ✓ Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства. С основами аграрных рынков: Курс лекций. – М.: ААИ "Тандем"; Изд-во "Экмос", 1998. – Гл. 13.
- ✓ Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – Гл. 20.
- ✓ Лишанский М.Л. Краткосрочное кредитование сельскохозяйственных предприятий. – М.: ЮНИТИ, 2000.
- ✓ Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В.М.Власовой. – М.: Финансы и статистика, 1994.
- ✓ Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 2, Гл. 21.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Приоритеты государственного стимулирования предпринимательской деятельности.
2. Приоритеты коммерческого стимулирования предпринимательской деятельности.

### ***Основные термины и понятия***

Предпринимательский климат. Государственная политика поддержки предпринимательства. Муниципальная политика поддержки предпринимательства. Международные программы поддержки предпринимательства. Инфраструктура бизнеса. Венчурный капитал. Банковская ссуда.

### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Почему в рыночной экономике государство заинтересовано в развитии малого бизнеса?
2. В чем заключается разница между венчурным (рисковым) капиталом и банковскими ссудами? Что из них более привлекательно для предпринимателя?
3. В чем заключается сущность государственной политики, направленной на ограничение конкуренции?
4. Каким образом государство защищает общество от недобросовестного предпринимательства?
5. Почему именно венчурный капитал играет наиболее важную роль в стимулировании малого бизнеса? В чем эта роль заключается?
6. Какими критериями руководствуется банк при проведении банковского кредитования малого бизнеса?

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Охарактеризуйте различные виды поддержки предпринимательской деятельности со стороны государства:
  - а) стимулирование экономического роста;
  - б) организационная и финансовая поддержка бизнеса;
  - в) создание инфраструктуры;
  - г) закупка конечной продукции.
2. Охарактеризуйте приоритеты и общую направленность:
  - а) муниципальной политики поддержки предпринимательства;
  - б) региональной политики поддержки предпринимательства;
  - в) международной политики поддержки предпринимательства.
3. Прокомментируйте различные виды инвестиций в развитие малого бизнеса:
  - а) лизинг;
  - б) налоговый кредит;
  - в) инвестиционный кредит;

- г) долевое участие в развитии бизнеса.
4. Какие сегменты инфраструктуры бизнеса вам кажутся наиболее значимыми:
- а) финансовый сегмент;
  - б) информационно-аналитический сегмент;
  - в) системы связи и информационные сети;
  - г) система торговых учреждений.
- Почему?
5. Предположим, что Вы собираетесь открыть мини-пекарню. На какую помощь со стороны в данном начинании Вы можете рассчитывать?

## **ТЕМА 14. ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Учебная цель** – усвоить особенности осуществления предпринимательской деятельности на территории Омской области.

**В процессе изучения данной темы** Вы должны:

- Свободно ориентироваться в природных особенностях региона.
- Знать демографическую ситуацию, образовательный потенциал населения региона.
- Уметь охарактеризовать экономический потенциал Омской области.
- Получить представление об экономической инфраструктуре Омской области.
- Легко формулировать и пояснять приоритеты поддержки предпринимательства в регионе.

### **План семинарского занятия (2 часа):**

1. Социально-экономические процессы в Омской области;
2. Демографическая ситуация в Омской области;
3. Производственно-экономический потенциал Омской области;
4. Экономическая инфраструктура Омской области;
5. Региональные приоритеты поддержки предпринимательства.

### **Рекомендуемая литература**

- ✓ Гребцова В.Е. Экономическая и социальная география России. Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1997.
- ✓ Игнатов В.Г., Бутов В.И. Регионоведение. Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: ИЦ "МарТ", 1998.
- ✓ Попов Н.А. Организация сельскохозяйственного производства. М.: Экмос, 1999.
- ✓ Региональная экономика. Учебник. / Под ред. Морозовой Т.Г. – М.: ЮНИТИ, 1998. – Разд. 3.
- ✓ Регионоведение. Учебник. / Под ред. Морозовой Т.Г. – М.: ЮНИТИ, 1998. – Разд. 3.

- ✓ Экономическая география России: Учебник. / Под общ. ред. акад. В.И.Видяпина – М.: Инфра-М, 1999. – Разд. 3.

### ***Рекомендуемые темы сообщений***

1. Социальные особенности предпринимательства в Омской области.
2. Территориальные особенности предпринимательства в регионе.

### ***Основные термины и понятия***

Социально-экономический потенциал региона. Региональные программы поддержки предпринимательства. Государственный заказ. Муниципальный заказ. Бизнес-инкубатор. Инвестиционный кредит. Органы государственного контроля. Торгово-промышленная палата. Союзы, гильдии и ассоциации предпринимателей. Потребительские организации.

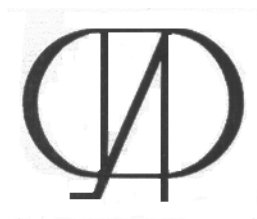
### ***Вопросы для самоконтроля***

1. Охарактеризуйте особенности социально-экономического потенциала развития предпринимательской деятельности в Омской области.
2. Каким образом органы государственного контроля влияют на развитие малого бизнеса?
3. Прокомментируйте цели и задачи создания бизнес-инкубаторов в Омской области.
4. Выделите основные приоритеты стимулирования малого бизнеса в Омской области.
5. Покажите роль Торгово-промышленной палаты в развитии малого бизнеса в регионе.
6. Сопоставьте приоритеты политики поддержки предпринимательства администрации Омской области и конкретные направления развития малого бизнеса в регионе.

### ***Задачи и упражнения для самостоятельной работы***

1. Какие из перечисленных ниже отраслей определяют экономику Омской области:
  - а) сельское хозяйство;
  - б) нефтепереработка;
  - в) военно-промышленный комплекс;
  - г) пищевая промышленность.Как каждая из этих отраслей влияет на развитие малого бизнеса в регионе?
2. Предположим, что Вы приехали в Омскую область впервые и собираетесь организовать здесь малое предприятие. Какие особенности инфраструктуры региона наиболее благоприятны для предпринимательской деятельности? Наименее благоприятны?
3. Прокомментируйте с тех же позиций особенности экономико-географического положения Омской области.

4. Как на развитие предпринимательства влияют следующие социальные характеристики региона:
  - а) образовательный потенциал;
  - б) демографическая ситуация;
  - в) уровень безработицы.
5. Поясните на конкретных примерах, как сказывается на развитии предпринимательства в Омской области:
  - а) муниципальная экономическая политика;
  - б) региональная экономическая политика;
  - в) федеральная экономическая политика.Как деятельность различных уровней власти влияет на конкретные условия предпринимательской деятельности в регионе? Поясните на примерах.



**Издательство ОмГАУ**

Начальник РИО С.Н. Ремесленникова  
В авторской редакции

Лицензия ЛР № 020471 от 11 апреля 1997 г.

Рег. № 68/	Сдано в набор 14.04.2000	Подписано в печать 18.04.2000
Печать оперативная.	Бум. офсетная.	Формат 60 x 84 <sup>1</sup> / <sub>16</sub>
Уч.изд. л. 2,3	Тираж 250 экз.	Заказ 89
		Печ. л. 2,35

---

Типография издательства ОмГАУ, 644008, г.Омск-8, ул. Сибакловская, 4.