

ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

Кафедра регионального развития

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ**  
**ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА**  
***«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ***  
***ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»***

Издание второе, переработанное и дополненное

**Омск 2001**

Автор

канд. философ. наук, доц. М.Л. Калужский

Рецензенты:

д-р эконом. наук, проф. Л.С. Семин

д-р эконом. наук, проф. П.Е. Стрелец

*Рекомендовано методической комиссией  
Гуманитарного факультета ОмГАУ*



**Издательство ОмГАУ**

*Редактор*

*O.B. Маер*

*Компьютерная верстка*

*М.Л. Калужский*

Лицензия ЛР № 020471 от 11 апреля 1997 г.

Сдано в набор 11.05.2001. Подписано в печать 28.05.2001.

Печать на ризографе. Бум. газетная. Формат 60x84 1/16. Печ. л. 3,0 (2,79)  
Уч.-изд. л. 3,57. Тираж 150 экз. Заказ 231.

---

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

## ВВЕДЕНИЕ

Настоящее методическое пособие подготовлено доцентом кафедры регионального развития М.Л. Калужским в соответствии с авторской программой элективного курса «Основы предпринимательской деятельности». Они издаются в помощь студентам для самостоятельной работы с текстом лекций, учебниками и учебными пособиями.

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 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.

При этом малый бизнес сегодня – это прочно укоренившееся явление в современной экономической практике. 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.

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

Разумеется, малый бизнес доступен далеко не всем. Предпринимательство требует особого склада характера, образа мышления, наличия определенных способностей. Настоящий предприниматель это решитель-

ный человек, хорошо ориентирующийся в окружающей обстановке, способный принимать быстрые и экономически обоснованные решения.

В современной России 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 в бизнесе.

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.

Методическое пособие по спецкурсу «Основы предпринимательской деятельности», рассчитано на 36-часовую программу и включает в себя 17 тем по пяти разделам:

***Раздел I. Условия предпринимательства***

|  |        |
|--|--------|
| <i>Тема 1. Предпринимательство в рыночной экономике</i>  | 2 часа |
| <i>Тема 2. Налоговая система Российской Федерации</i>    | 4 часа |
| <i>Тема 3. Организационные формы предпринимательства</i> | 2 часа |

В первом разделе рассматриваются условия и формы ведения предпринимательской деятельности в Российской Федерации.

***Раздел II. Предпринимательская среда***

|   |        |
|---|--------|
| <i>Тема 4. Рынки и их разновидности</i> | 2 часа |
| <i>Тема 5. Конкуренция</i>              | 2 часа |
| <i>Тема 6. Маркетинг</i>                | 2 часа |
| <i>Тема 7. Реклама</i>                  | 2 часа |

В втором разделе рассматриваются отличительные особенности предпринимательской среды. Особое внимание уделено вопросам стратегии малого бизнеса.

***Раздел III. Технология предпринимательства***

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| <i>Тема 8. Менеджмент</i>   | 2 часа |
| <i>Тема 9. Бизнес-план</i>  | 2 часа |
| <i>Тема 10. Франчайзинг</i> | 2 часа |
| <i>Тема 11. Лизинг</i>      | 2 часа |

В третьем разделе подробно разбираются основные технологические моменты современной организации малого бизнеса. Особое внимание уделено вопросам практической деятельности.

***Раздел IV. Предпринимательство и рынок***

|  |        |
|--|--------|
| <i>Тема 12. Экономическое поведение потребителей</i> | 2 часа |
|--|--------|

|  |        |
|--|--------|
| <i>Тема 13. Ценообразование</i>            | 2 часа |
| <i>Тема 14. Маркетинговые исследования</i> | 2 часа |
| <i>Тема 15. Информационные технологии</i>  | 2 часа |

Четвертый раздел посвящен изучению ключевых аспектов хозяйственной деятельности субъектов малого бизнеса в условиях современной рыночной экономики.

*Раздел V. Государство и предпринимательство*

|  |        |
|--|--------|
| <i>Тема 16. Стимулирование предпринимательской деятельности</i>  | 2 часа |
| <i>Тема 17. Особенности предпринимательства в Омской области</i> | 2 часа |

В пятом разделе рассматривается экономическая специфика осуществления предпринимательской деятельности в Омской области.

В заключении приводится список основных нормативных актов и документов, регламентирующих вопросы непосредственного осуществления предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации и Омской области. Они иллюстрируют и конкретизируют материал учебного курса, позволяют лучше использовать полученные знания и навыки на практике.

*Уважаемые студенты, кафедра регионального развития желает вам успехов в изучении элективного курса «Основы предпринимательской деятельности», теории и практики организации малого бизнеса!*

---

# **КАК РАБОТАТЬ С МЕТОДИЧЕСКИМ ПОСОБИЕМ**

## ***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 приобретены вами в результате изучения данной темы.

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

Прежде чем приступить к выполнению задач или упражнений, разберитесь в существе вопросов. Для этого еще раз прочтите конспект лекций или соответствующий раздел учебника. Список рекомендуемых учебников приведен после плана семинарского занятия. Изучая материал, одновременно соотносите его с учебными целями, это поможет вам правильно сориентироваться в обилии информации.

## ***Основные термины и понятия***

После изучения теоретической части материала приступайте к выполнению учебных заданий. Они начинаются с раздела «Основные термины и понятия». Прочтите их и сверьте своё понимание терминов и понятий с приведёнными в методическом пособии. После этого ответьте на поставленные вопросы. Если у Вас возникают затруднения с ответами, ещё раз загляните в текст лекций или учебников.

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

Они составлены для того, чтобы Вы лучше усвоили теорию и практику 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.

## ***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. Как готовить сообщения? Прежде всего, необходимо изучить теоретическую часть материала. Это поможет понять, каким будет содержание вашего сообще-

ния. 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, что 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 своё сообщение на наличие противоречий и неувязок. Обычный объём 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.*

---

# Раздел I. УСЛОВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

## 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:

- уметь охарактеризовать сущность малого бизнеса;
- понять, какую роль играет малый бизнес в рыночной экономике;
- усвоить значение предпринимательства для общества;
- знать слабые и сильные стороны малого бизнеса;
- получить представление об общих принципах осуществления предпринимательской деятельности в условиях рыночных отношений.

### *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*

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

### *Темы рекомендуемых 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. 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;
- узнать механизм применения налоговых санкций и налогового кредитования предпринимателей;
- иметь представление о порядке исчисления и уплаты налогов в малом бизнесе;
- разобраться 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***

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

### ***Темы рекомендуемых 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. Что такое налоговая ставка и налоговая база? Как они исчисляются?
8. В чем заключается сущность и задачи налогового кредитования? Какие цели преследуются при этом?
9. Прокомментируйте механизм исчисления и взимания пеней.
10. Поясните, чем идентичные товары отличаются от однородных товаров?
11. Приведите порядок взыскания налоговой задолженности за счёт 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:
  - а) метод цены последующей реализации;
  - б) 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:
  - а) для недвижимого имущества;
  - б) для морских, речных и воздушных транспортных средств;
  - в) для автомобильного транспорта;
  - г) для крупного рогатого скота.

6. Поясните, кто ведёт учёт 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) все граждане, чьи доходы превысили определенный законом предельный уровень;
  - б) частные предприниматели;
  - 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-материалыми 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.

### **ТЕМА 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ 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;
- понять причины использования различных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности;
- хорошо ориентироваться в сильных и слабых сторонах тех или иных организационно-правовых форм малого бизнеса;
- узнать 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 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**

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство. – М.: Дело, 1999.
2. Глущенко Е.В. Основы предпринимательства. – М.: Вестник, 1997.
3. Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: ИНФРА-М, 1997. – Гл. 22.
4. Муравьев А.И. Малый бизнес (экономика, организация, финансы). Учебное пособие. – М.: Бизнес-пресса, 1999.
5. Основы предпринимательской деятельности / Под ред. Власовой В.М. – М.: Финансы и статистика, 1994.
6. Пустозерова В.М., Соловьев А.А. Справочник по малому предпринимательству. – М.: Приор, 1999.

## **Темы рекомендуемых 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 предпринимательства. Индивидуальное (частное) предпринимательство. Государственное лицензирование. Статус юридического лица. Коллективное предпринимательство (кооперация). 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 организационно-правовых форм может существовать малый бизнес:
  - а) общество с ограниченной ответственностью;
  - б) акционерное общество закрытого типа;
  - в) общественная организация;
  - г) муниципальное унитарное предприятие;
  - д) творческий союз.
- Ответ обоснуйте.
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) оказание услуг химчистки;
  - г) служба доставки периодических изданий.

## **РАЗДЕЛ II. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СРЕДА**

### **ТЕМА 4. РЫНКИ И ИХ РАЗНОВИДНОСТИ**

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

В процессе изучения данной темы Вы должны:

- понять особенности ведения предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики;
- научиться выделять специализированные рынки;
- уметь дать общую характеристику рынка;
- усвоить критерии оценки состояния рынка;
- ориентироваться в особенностях 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***

1. Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства. С основами аграрных рынков: Курс лекций. – М.: ААИ «Тандем»; Изд-во «Экмос», 1998. – Гл. 19.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – Гл. 5-7.
3. Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: ИНФРА-М, 1997. – Гл. 11.
4. Основы предпринимательской деятельности / Под ред. Власовой В.М. – М.: Финансы и статистика, 1994.
5. Селезнев А.В. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. – М.: Юрист, 1999.
6. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. – М.: Юрист, 1998.

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

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

## ***Основные термины и понятия***

*Рыночная конъюнктура и её 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. Дайте общую характеристику рынка столового майонеза.

## **ТЕМА 5. КОНКУРЕНЦИЯ**

Учебная цель – получить представление о сущности, закономерностях и роли конкуренции в современной рыночной экономике.

В процессе изучения данной темы Вы должны:

- понять механизм действия конкуренции в современной рыночной экономике;
- усвоить закономерности развития конкурентных отношений в малом бизнесе;
- узнать принципы и методы ведения конкурентной борьбы;
- научиться ориентироваться в перипетиях конкурентных стратегий;
- уяснить особенности адаптационного поведения в условиях современной российской действительности.

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

1. Конкурентная борьба и адаптационное поведение на рынке.
2. Технология анализа конкурентной среды.
3. Формирование эффективной конкурентной стратегии.
4. Виды и методы конкурентной борьбы в рыночных условиях.
5. Государственное регулирование конкурентных отношений.

### *Рекомендуемая литература*

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
2. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. – М.: Экономика, 1991.
3. Майталь Ш. Экономика для менеджеров: десять важных инструментов для руководителей. – М.: Дело, 1996. – Гл. 10.
4. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993.
5. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 1 Гл. 8.
6. Томпсон А.А., Стриклэнд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. Учебник. – М.: ЮНИТИ, 1998. – Гл. 3-5.

### *Темы рекомендуемых сообщений*

1. Конкуренция и адаптация в рыночных условиях.
2. Выбор конкурентной стратегии в малом бизнесе.

## ***Основные термины и понятия***

*Конкуренция. Адаптация. Адаптационное поведение. Конкурентная стратегия. Конкурентоспособность. Конкурентная среда. Конкурентные преимущества. Конкурентная позиция. Вертикальная конкуренция. Горизонтальная конкуренция. Монополистическая конкуренция. Олигополистическая конкуренция. Антимонопольная политика.*

## ***Вопросы для самоконтроля***

1. Охарактеризуйте модель «пяти сил конкуренции» Майкла Портера.
2. Чем отличается горизонтальная и вертикальная конкуренция. Увяжите свой ответ с понятием «адаптационное поведение»?
3. Приведите примеры конкурентных преимуществ омских компаний и иногородних компаний, действующих на омском рынке.
4. Как выбор конкурентной позиции влияет на конкурентную стратегию предприятия и его финансовые показатели?
5. В чем заключаются сильные и слабые стороны монополистического поведения хозяйствующих субъектов?
6. Приведите конкретные примеры государственного вмешательства в конкурентную борьбу предпринимательских структур. Зачем это делается?

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

1. Прокомментируйте действие «пяти сил конкуренции»:
  - а) конкуренция между действующими компаниями;
  - б) влияние покупателей;
  - в) влияние поставщиков;
  - г) появление новых конкурентов;
  - д) появление товаров-субститутов.
2. Охарактеризуйте основные экономические показатели отраслей:
  - а) торговля;
  - б) научные разработки;
  - в) промышленное производство;
  - г) бытовые услуги.
3. Покажите, какие конкурентные силы действуют в этих отраслях и каково их влияние?
4. Прокомментируйте влияние на конкурентные позиции предпринимательства:
  - а) поставщиков;
  - б) покупателей;
  - в) издержек;
  - г) прибыли.

5. Охарактеризуйте состояние рынка безалкогольных напитков в г. Омске, если Вы знаете, что:
- рентабельность производства достигает 300%;
  - покупательский спрос носит сезонный характер;
  - ниша высококачественной продукции занята иностранными товарами производителями.

## **ТЕМА 6. 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***

1. Бревнов А.А. Маркетинг малого предприятия. М.: ВИРА-Р, 1998.
2. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности: маркетинг. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991.
4. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Бови К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 2 Гл. 12.
5. Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей. – М.: Дело, 1997. – Ч. 3 Гл. 14.
6. Стенворт Дж. Маркетинг в малом бизнесе. – М.: ЮНИТИ, 1996.

### ***Темы рекомендуемых 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 товаро-движения. Цена. Квоты сбыта. Реклама. Этапы жизненного цикла товара. Прямой маркетинг. Персональная (личная) продажа. Стимулирование сбыта. Сервис. Паблисити.*

## ***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».

## ***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 маркетинга:

- а) в розничной торговле бытовой техникой;
- б) в издательском деле;
- в) на рынке образовательных услуг.

## **ТЕМА 7. РЕКЛАМА**

*Учебная цель – усвоить роль и назначение рекламы в предпринимательской деятельности.*

В процессе изучения данной темы Вы должны:

- понять сущность рекламных акций;
- легко ориентироваться в специфике рекламной деятельности;
- изучить формы и методы рекламных обращений;
- различать основные виды рекламных стратегий;
- научиться планировать рекламные кампании.

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

1. Сущность и назначение рекламы.
2. Виды рекламы.
3. Средства массовой информации.
4. Формы рекламы.
5. Эффективность рекламы.

### ***Рекомендуемая литература***

1. Батра Р., Майерс Дж.Дж., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент. – М; СПб; Киев: ИД «Вильямс», 1999.
2. Бове К.Л., Аренс У.Ф. Современная реклама. – Тольятти: ИД "Довгань", 1995.
3. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. – Минск: Современное слово, 1997.
4. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т.2 Гл.15.
5. Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей. – М.: Дело, 1997. – Ч.III Гл.16.
6. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. – СПб.: Питер Ком, 1999.

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

1. Разработка и проведение рекламных кампаний.
2. Виды и формы рекламы.

## **Основные термины и понятия**

*Реклама. Логотип. Рекламное агентство. Виды рекламы. Прямая реклама. Косвенная реклама. Пропаганда. Рекламная акция. Антиреклама. Средства массовой информации. Корпоративная реклама. Институциональная реклама. Конкурентная реклама. Некоммерческая реклама. Связи с общественностью. Недобросовестная реклама.*

## **Вопросы для самоконтроля**

1. Какое место занимает реклама в комплексе маркетинговых мероприятий по стимулированию сбыта?
2. Чем отличается реклама от пропаганды? Увяжите свой ответ с понятиями прямой и косвенной рекламы.
3. Как реклама оказывается на себестоимости продукции и финансовых показателях фирм? Ответ обоснуйте.
4. Какую роль при разработке рекламной стратегии играют такие параметры, как издержки, охват аудитории, частота обращений и продолжительность рекламной кампании?
5. Перечислите сильные и слабые стороны различных средств массовой информации с точки зрения рекламодателя.

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

1. Прокомментируйте утверждения классиков маркетинга:  
Ф. Котлер: «...основная задача рекламы заключается в информировании...».  
К.Л. Бове, У.Ф. Аренс: «...общим предназначением рекламы является снижение сбытовых затрат».  
В чем общность и различие этих утверждений?
2. Поясните основные моменты вашего ответа на примере:
  - а) лекарственных препаратов;
  - б) минеральной воды «Омская 1»;
  - в) автомобилей «UZ-Daewoo»;
  - г) соков «J7».
3. Расскажите, на кого должна быть направлена рекламная кампания:
  - а) туалетной бумаги;
  - б) услуг по приготовлению и доставке пиццы;
  - в) школьных учебников;
  - г) страховых услуг.

Каковы могут быть формы этой рекламной кампании.  
Ответ обоснуйте.
4. Назовите, какие рекламные средства преимущественно используют:
  - а) оптовая торговля;

- б) сфера услуг;
- в) промышленные предприятия;
- г) транспортные предприятия.

Ответ обоснуйте.

5. Дайте характеристику следующих видов рекламы:

- а) институциональная реклама;
- б) пропагандистская реклама;
- в) конкурентная реклама;
- г) сравнительная реклама.

Можете назвать еще какие-либо виды рекламы?

## **Раздел III. ТЕХНОЛОГИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **ТЕМА 8. МЕНЕДЖМЕНТ**

Учебная цель – усвоить основные принципы осуществления менеджмента в условиях рыночной экономики.

В процессе изучения данной темы Вы должны:

- получить представление об особенностях менеджмента в малом бизнесе;
- уяснить логику управленческой деятельности в малом бизнесе;
- научиться использовать на практике основные приемы менеджмента;
- освоить простейшие методы управленческого анализа;
- легко ориентироваться в критериях эффективности предпринимательской деятельности.

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

1. Сущность и особенности менеджмента в малом бизнесе.
2. Внутренние и внешние факторы предпринимательства.
3. Управленческие стратегии в малом бизнесе.
4. Стратегическое планирование.
5. Эффективность управления.

#### ***Рекомендуемая литература***

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1994. – Гл. 1.
3. Муравьев А.И. Малый бизнес (экономика, организация, финансы). Учебное пособие. – М.: Бизнес-пресса, 1999.
4. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Бови К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 1 Гл. 6, 7, 9.
5. Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей. – М.: Дело, 1997. – Гл. 10, 13.
6. Строков В.А. Экономический механизм предпринимательской деятельности. – М.: Солид, 1996.

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

1. Профессиональный уровень сотрудников и степень делегирования полномочий.
2. Финансовые показатели эффективности предпринимательства.

## ***Основные термины и понятия***

*Менеджмент. Внутренняя среда организации. Внешняя среда бизнеса. Стратегия бизнеса. Организационная схема. Делегирование полномочий. Стадии роста бизнеса. Целевое управление. Учетная информация. Критерии прибыльности. Критерии финансового благополучия. Оценка инвестиционных возможностей. Кредитные ресурсы.*

## ***Вопросы для самоконтроля***

1. Как внешняя среда бизнеса влияет на его финансовые показатели? Приведите примеры.
2. Как состояние внутренней среды организации отражается на ее финансовых показателях? Приведите конкретные примеры.
3. Что представляет собой организационная схема малого бизнеса и как она составляется?
4. Сколько стадий развития малого бизнеса Вы знаете? Проиллюстрируйте на конкретном примере.
5. Какую роль играет учетная информация в организации целевого управления малым бизнесом? Ответ обоснуйте.
6. В чем заключается сущность стратегического планирования и целевого управления в малом бизнесе?

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

1. Прокомментируйте простейшую организационную схему:
  - а) постановка целей;
  - б) определение потребности в сотрудниках;
  - в) комплектование штата;
  - г) оценка показателей работы.
2. Охарактеризуйте следующие критерии прибыльности бизнеса:
  - а) прибыль на инвестированный капитал;
  - б) прибыль на собственный капитал;
  - в) прибыль от продаж;
  - г) оборачиваемость товарно-материальных запасов.
3. Охарактеризуйте следующие критерии финансового благополучия:
  - а) кредитоспособность;
  - б) ликвидность;
  - в) потребительский кредит.
4. Охарактеризуйте следующие критерии анализа инвестиционных возможностей фирм:
  - а) окупаемость денежных средств;
  - б) прибыль на инвестированный капитал;
  - в) приведенная стоимость.

5. Попытайтесь составить оптимальную на ваш взгляд схему организации малого бизнеса:
  - а) в розничной торговле;
  - б) в сфере услуг;
  - в) в мелкотоварном промышленном производстве;
  - г) в переработке сельхозпродукции.

## **ТЕМА 9. 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***

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

## ***Темы рекомендуемых 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 для составления бизнес-плана?
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:
  - а) бухгалтер;
  - б) юрист;
  - в) финансист;
  - г) страховой агент;
  - д) консультант по компьютерам.
3. Охарактеризуйте следующие 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 10. 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***

1. Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. – М.: ЮНИТИ, 1999.

2. Практикум по франчайзингу для российских предпринимателей. – СПб.: 1997.
3. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т.1 Гл. 3.
4. Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей. – М.: Дело, 1997. – Ч. 2.
5. Стенворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе. – М.: ЮНИТИ, 1996.
6. Щур Д.Л. Труханович Л.В. Основы торговли. Розничная торговля. – М.: ДиС, 1999.

### ***Темы рекомендуемых 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 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 франшизером 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 франшизёр?

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 11. 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 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***

1. Васильев Н.М. Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства. – М.: Дека, 1999.
2. Газман В.Д. Рынок лизинговых услуг. – М.: Фонд «Правовая культура», 1999.

3. Карп М.В., Махмутов Р.А. Финансовый лизинг на предприятии. – М.: ЮНИТИ, 1998.
4. Лишанский М.Л. Краткосрочное кредитование сельскохозяйственных предприятий. – М.: ЮНИТИ, 2000.
5. Самохвалова Ю.Н. Лизинг в России. – М.: Экономика, 1999.
6. Силинг С. Лизинг в вопросах и ответах. Практическое руководство по лизингу. – СПб.: Санкт-Петербург, 1999.

### ***Темы рекомендуемых 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 в 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.

## **Раздел IV. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ И РЫНОК**

### **ТЕМА 12. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

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

В процессе изучения данной темы Вы должны:

- понимать особенности формирования потребительского спроса и его проявления в рыночной среде;
- знать 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. Экономическое поведение потребителей в рыночной среде.
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***

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

#### ***Темы рекомендуемых 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 само-восприятие. 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 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. Покажите значение анализа поведения потребителей в сфере финансов? Производства? Недвижимости? Страхования? Управления?

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

1. Как приведенные ниже признаки характеризуют сегменты потребительского спроса:
  - а) полово-возрастная структура;
  - б) образовательный уровень;
  - в) уровень доходов.Ответ обоснуйте.
2. Прокомментируйте экономическое содержание переменных, формирующих принятие решения потребителей на рынке:
  - а) индивидуальные различия;
  - б) влияние среды;
  - в) психологические процессы.
3. Прокомментируйте значимость для потребителя следующих критерий оценки товаров:
  - а) цена;
  - б) марка;
  - в) страна-производитель.
4. Прокомментируйте влияние различных детерминант оценки товаров на экономическое поведение потребителей:
  - а) ситуация;

- б) схожесть вариантов;
- в) мотивация;
- г) заинтересованность;
- д) знания.

Приведите другие варианты возможных детерминант.

5. Как перечисленные мотивы характеризуют поведение потребителя:
  - а) выбор учебного заведения;
  - б) страхование жизни;
  - в) курение;
  - г) посещение кинотеатра.

## **ТЕМА 13. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

*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***

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

## ***Темы рекомендуемых сообщений***

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

## ***Основные термины и понятия***

*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 деньгами 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?

## **ТЕМА 14. 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***

1. Березин И. Маркетинг и исследование рынков. – М.: РДЛ, 1999.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. – М.: Финпресс, 1998.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998. – Ч. 2.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – Гл. 3.
5. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2000.
6. Эванс Дж.М., Берман Б. Маркетинг. – М.: Экономика, 1993. – Гл. 6-8.

## ***Темы рекомендуемых сообщений***

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

## ***Основные термины и понятия***

*Первичный (нестимулированный) спрос. Текущий рыночный спрос. Жизненный цикл семьи. Стиль 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. Прокомментируйте утверждение: «Города – ключ к планам маркетинга».

## ***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 здесь приемлемы?

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 15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

*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***

1. Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход. – М.: ЮНИТИ, 1997. – Гл. 33.
2. Дунаев С. Доступ к базам данных и техника работы в сети. – М.: Диалог-МИФИ, 1999.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998. – Гл. 23.
4. Линтон И. Маркетинг по базам данных. – Минск: Амалфея, 1998.
5. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Бовви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Гл. 16.

6. Сирополис Н.К. Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей. – М.: Дело, 1997. – Ч. 3.

### ***Темы рекомендуемых 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 возможности 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) статистического анализа?
  - б) социологических исследований?
  - в) маркетинговых 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?

## **Раздел V. ГОСУДАРСТВО И МАЛЫЙ БИЗНЕС**

### **ТЕМА 16. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Учебная цель – усвоить основные принципы государственной и муниципальной поддержки предпринимательской деятельности.

В процессе изучения данной темы Вы должны:

- легко ориентироваться в критериях оценки предпринимательского климата;
- 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;
- 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***

1. Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства (с основами аграрных рынков): Курс лекций. – М.: Тандем; Экмос, 1998. – Гл. 13.
2. Курс экономики. Учебник. / Под ред. Райзберга Б.А. – М.: ИНФРА-М, 1997. – Гл. 28.
3. Лишанский М.Л. Краткосрочное кредитование сельскохозяйственных предприятий. – М.: ЮНИТИ, 2000.
4. Основы предпринимательской деятельности / Под ред. Власовой В.М. – М.: Финансы и статистика, 1994.
5. Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л., Тилл Дж.В. Современный бизнес. В 2 т. – М.: Республика, 1995. – Т. 2 Гл. 21.
6. Шамхалов Ф.И., Нечипоренко В.С. Государственная поддержка предпринимательства в России. – М.: Экономика, 1997.

## **Темы рекомендуемых 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?
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? Ответ обоснуйте.
5. Предположим, что Вы собираетесь открыть мини-пекарню. На какую помощь со стороны в данном начинании Вы можете рассчитывать?

## **ТЕМА 17. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

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

В процессе изучения данной темы Вы должны:

- получить представление о природных особенностях своего региона;
- знать демографическую ситуацию, образовательный потенциал населения региона;
- уметь охарактеризовать экономический потенциал Омской области;
- свободно ориентироваться в экономической инфраструктуре;
- формулировать и пояснить 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***

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

5. Регионоведение. Учебник. / Под ред. Морозовой Т.Г. – М.: ЮНИТИ, 1998. – Разд. 3.
6. Экономическая география России: Учебник. / Под общ. ред. акад. Видяпина В.И. – М.: ИНФРА-М, 1999. – Разд. 3.

### ***Темы рекомендуемых 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 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 ин-

фраструктуры 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.

## **НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ И ДОКУМЕНТЫ**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 частях.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Таможенный кодекс Российской Федерации от 18.06.93 г. № 5221-І.
4. Временные методические рекомендации ГКАП РФ от 21.04.94 г. № ВБ/2053 по выявлению монопольных цен.
5. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51074-97 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 17.07.97 г. № 255).
6. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 11.08.99 г. № 242-ст).
7. Закон Омской области от 11.06.96 г. № 60-ОЗ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства».
8. Закон РСФСР от 07.12.91 г. № 2000-І «О регистрационном сборе с физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, и порядке их регистрации».
9. Закон РФ от 10.06.93 г. № 5151-І «О сертификации продукции и услуг».
10. Закон РФ от 22.03.91 г. № 948-І «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».
11. Закон РФ от 23.09.92 г. № 3520-І «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
12. Закон РФ от 07.02.92 г. № 2300-І «О защите прав потребителей».
13. Письмо Госналогслужбы РФ и Центросоюза РФ от 15.07.96 г. № ВГ-4-02/50н, ЦСЦ-87 «О налогообложении организаций и предприятий потребительской кооперации».
14. Письмо Госналогслужбы РФ от 11.07.96 г. № 06-1-14/8702 «О критериях отнесения организаций к субъектам малого предпринимательства».
15. Письмо Госналогслужбы РФ от 28.03.97 г. № 02-2-10 «О налогообложении общественной организации инвалидов и предприятий, находящихся в ее собственности».
16. Письмо Госстандарта РФ от 19.11.99 г. № НК-110-17/4019 «Разъяснения по принятию, регистрации и применению декларации о соответствии».
17. Письмо Департамента налоговых реформ Минфина РФ от 14.11.96 г. № 04-02-14 «О критериях отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства».
18. Письмо Межрегиональной инспекции по контролю за налогообложением малого бизнеса и сферы услуг МНС РФ от 13.04.00 г. № 26-0-16/311 «О субъектах упрощенной системы налогообложения».
19. Положение о государственном санитарно-эпидемиологическом нормировании (утв. постановлением Правительства РФ от 24.07.00 г. № 554).

20. Постановление Главы администрации (Губернатора) Омской области от 11.05.99 г. № 180-п «Об основных направлениях государственной поддержки малого предпринимательства в Омской области на 1999-2000 годы».
21. Постановление Главы администрации (Губернатора) Омской области от 01.02.99 г. № 030-п «О создании комитета по развитию предпринимательства Администрации Омской области».
22. Постановление Главы администрации (Губернатора) Омской области от 15.06.99 г. № 253-п «О лизинге машиностроительной продукции в агропромышленном комплексе Омской области».
23. Постановление Главы администрации города Омска от 12.05.92 г. № 304-п «Об утверждении городской программы развития предпринимательства».
24. Постановление Главы администрации города Омска от 05.04.94 г. № 207-п «О мерах по упорядочению уличной торговли в городе Омске».
25. Постановление Главы администрации Омской области от 11.08.94 г. № 404-п «О мероприятиях по реализации программы поддержки малого предпринимательства».
26. Постановление Главы администрации Омской области от 11.05.94 г. № 217-п «О выделении средств для поддержки предпринимательства и развития конкуренции в Омской области».
27. Постановление главы администрации Омской области от 08.07.94 г. № 337-п «О лицензировании торговли автомототранспортными средствами, судами водного транспорта, запасными частями и сопутствующими товарами для их ремонта и содержания, горюче-смазочными материалами, ювелирными изделиями и предприятий, реализующих собственную продукцию через розничную торговлю».
28. Постановление Главы администрации Омской области от 08.02.94 г. № 064-п «О региональной программе поддержки предпринимательства».
29. Постановление главы городского самоуправления г. Омска от 29.12.99 г. № 492-п «Об основных направлениях содействия развитию малого предпринимательства в городе Омске на 2000-2004 годы».
30. Постановление Госстандарта РФ от 10.05.00 г. № 026 «Об утверждении Правил по проведению сертификации в Российской Федерации».
31. Постановление Правительства РФ от 11.04.00 г. № 326 «О лицензировании отдельных видов деятельности».
32. Постановление Правительства РФ от 18.12.95 г. № 1256 «О Федеральной программе государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации».
33. Постановление Правительства РФ от 27.04.99 г. № 467 «О мерах по государственной поддержке лизинга сельскохозяйственной техники и оборудования».
34. Постановление Правительства РФ от 27.06.96 г. № 752 «О государственной поддержке развития лизинговой деятельности в Российской Федерации».

35. Постановление Правительства РФ от 29.10.97 г. № 1367 «О совершенствовании лизинговой деятельности в агропромышленном комплексе Российской Федерации».
36. Постановление Правительства РФ от 04.12.95 г. № 1184 «О Федеральном фонде поддержки малого предпринимательства».
37. Постановление Правительства РФ от 09.03.94 г. № 191 «О Государственной программе демонополизации экономики и развития конкуренции на рынках Российской Федерации».
38. Постановление Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг от 02.09.99 г. № 006 «Об утверждении Положения «О системе квалификационных требований к руководителям, контролерам и специалистам организаций, осуществляющих профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг, а также к индивидуальным предпринимателям - профессиональным участникам рынка ценных бумаг».
39. Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания (утв. Роспатентом 29.11.95 г.).
40. Приказ ГКАП РФ от 20.12.96 г. № 169 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках».
41. Приказ ГКАП РФ от 03.06.94 г. № 067 «О методических рекомендациях по определению доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке».
42. Приказ Минфина РФ от 21.12.98 г. № 064н «О Типовых рекомендациях по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства».
43. Приказ Минфина РФ от 29.07.98 г. № 034н «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации».
44. Решение областного Совета народных депутатов от 30.06.92 г. № 136 «Об упорядочении торговли в г. Омске и области».
45. Решение Омского городского Совета от 17.11.99 г. № 209 «Об утверждении «Правил торговли на рынках города Омска».
46. Решение Омского областного Совета народных депутатов от 21.05.92 г. № 112 «О временных санитарно-гигиенических правилах и нормах розничной торговли продовольственными товарами на территории Омской области».
47. Санитарно-гигиенические правила и нормы розничной торговли продовольственными товарами в Омской области.
48. Указ Президента РФ от 04.04.96 г. № 491 «О первоочередных мерах государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации».
49. Федеральный закон от 14.07.97 г. № 100-ФЗ «О государственном регулировании агропромышленного производства».
50. Федеральный закон от 14.06.95 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».

51. Федеральный закон от 18.07.95 г. № 108-ФЗ «О рекламе».
52. Федеральный закон от 02.01.00 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
53. Федеральный закон от 21.11.96 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете».
54. Федеральный закон от 23.06.99 г. № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг».
55. Федеральный закон от 24.07.98 г. № 125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний».
56. Федеральный закон от 25.09.98 г. № 158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».
57. Федеральный закон от 29.12.95 г. № 222-ФЗ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства».
58. Федеральный закон от 29.10.98 г. № 164-ФЗ «О лизинге».
59. Федеральный закон от 30.03.99 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения».

*Все приведённые документы доступны  
в информационной базе  
Справочно-правовой системы «Гарант»*



## СОДЕРЖАНИЕ

|   |  |
|---|--|
| <b>ВВЕДЕНИЕ</b>                                   | <i>ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.</i> |
| <b>КАК РАБОТАТЬ С МЕТОДИЧЕСКИМ ПОСОБИЕМ</b>       | <b>6</b>                               |
| <b>Раздел I. УСЛОВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b>      | <b>8</b>                               |
| Тема 1. Предпринимательство в рыночной экономике  | 8                                      |
| Тема 2. Налоговая система Российской Федерации    | 10                                     |
| Тема 3. Организационные формы предпринимательства | 13                                     |
| <b>РАЗДЕЛ II. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СРЕДА</b>       | <b>16</b>                              |
| Тема 4. Рынки и их разновидности                  | 16                                     |
| Тема 5. Конкуренция                               | 18                                     |
| Тема 6. Маркетинг                                 | 20                                     |
| Тема 7. Реклама                                   | 22                                     |
| <b>Раздел III. ТЕХНОЛОГИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b> | <b>25</b>                              |
| Тема 8. Менеджмент                                | 25                                     |
| Тема 9. Бизнес-план                               | 27                                     |
| Тема 10. Франчайзинг                              | 29                                     |
| Тема 11. Лизинг                                   | 31                                     |
| <b>Раздел IV. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ И РЫНОК</b>         | <b>34</b>                              |
| Тема 12. Экономическое поведение потребителей     | 34                                     |
| Тема 13. Ценообразование                          | 36                                     |
| Тема 14. Маркетинговые исследования               | 38                                     |
| Тема 15. Информационные технологии                | 40                                     |
| <b>Раздел V. ГОСУДАРСТВО И МАЛЫЙ БИЗНЕС</b>       | <b>43</b>                              |
| Тема 16. Стимулирование предпринимательства       | 43                                     |
| Тема 17. Предпринимательство в Омской области     | 45                                     |
| <b>НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ И ДОКУМЕНТЫ</b>               | <b>48</b>                              |