

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра «Организация работы с молодежью»**

**Методические рекомендации для
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Экономические основы работы с молодежью

Направление подготовки (специальность) 39.03.03 «Организация работы с молодежью»

**Профиль образовательной программы – Организация работы с молодежью на
региональном и муниципальном уровне**

Форма обучения очная

СОДЕРЖАНИЕ

1. Организация самостоятельной работы
2. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы (проекта) – *не предусмотрено рабочим учебным планом*
3. Методические рекомендации по подготовке реферата/эссе
4. Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних задания - *не предусмотрено рабочим учебным планом*
5. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов
6. Методические рекомендации по подготовке к занятиям

1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы (из табл. 5.1 РПД)				
		подготовка а курсового проекта (работы)	подготовка реферата/эссе	индивидуальные домашние задания (ИДЗ)	самостоятельное изучение вопросов (СИБ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
1	2	3	4	5	6	7
1	Молодёжная сфера, как отрасль экономики	-	-	-	1	1
2	Некоммерческая организация, как субъект экономики	-	-	-	1	1
3	Самозанятость молодёжи, как основа её экономического обеспечения	-	-	-	2	2
4	Формирование предпринимательской среды	-	-	-	2	2
5	Логика бизнеса: порядок создания, регистрации и ликвидации организации	-	-	-	2	2
6	Издержки и прибыль фирмы в условиях конкуренции	-	-	-	2	2
7	Экономические факторы успеха фирмы	-	-	-	2	2
8	Формирование финансовых результатов фирмы	-	-	-	2	2
9	Система планирования деятельности организации	-	-	-	2	2
10	Инновационный менеджмент: основные понятия	-	-	-	2	2

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ

КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)- не предусмотрено рабочим учебным планом

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА/ЭССЕ - не предусмотрены рабочим учебным планом

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ *– не предусмотрены рабочим учебным планом*

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ

5.1 Наименование вопросов

1. Структура экономики
2. Структура непроизводственной сферы
3. Специфика непроизводственной сферы
4. Современные тенденции и проблемы развития некоммерческой, непроизводственной сферы

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Структура экономики – это соотношение, пропорции, между отраслями производства, характеризующее состояние общественного разделения труда, достигнутый уровень экономической эффективности и благосостояния. К основным отраслям в структуре современной экономики относят сельское хозяйство, промышленность, строительство, сферу услуг. Показатели распределения занятого населения, средств труда (основного капитала) по отраслям, а также доля отрасли в производстве валового внутреннего продукта страны позволяют отслеживать структурные изменения в экономике. Структура экономики, экономическая эффективность и благосостояние находятся в тесной взаимосвязи. Прогрессивные изменения в структуре экономики происходят под влиянием роста эффективности производства и благосостояния населения. Так, в высокоразвитых странах опережающими темпами по сравнению с промышленностью, сельским хозяйством, строительством развивается сфера услуг. Более половины занятого населения уже трудится в этой сфере. Совершенствование структуры экономики, в свою очередь, способствует росту эффективности (например появление отраслей, предприятий, производящих новую технику, новые материалы) и повышению благосостояния (расширение ассортимента, изменение структуры, рост качества потребительских товаров и услуг). Процессу производства предшествует распределение ограниченных ресурсов между различными видами производства с тем, чтобы максимально удовлетворять потребности людей. Проблема выбора определенного набора производимых благ (производственной альтернативы) в условиях ограниченности ресурсов раскрывает учебная модель, кривая производственных возможностей (КПВ).

2 вопрос. Отличительной особенностью современного производства является переход его на более высокую ступень обобществления. Теперь уже можно говорить не только об обобществлении производства, но и об обобществлении потребления и усилении их взаимосвязи, так как "всесторонняя интеграция народного хозяйства - один из основных экономических признаков (критериев) развитого социализма.

Углубление процесса обобществления на этапе развитого социализма происходит под непосредственным воздействием непроизводственной сферы и характеризуется высокой степенью ее взаимосвязей с отраслями материального производства. "Разделение труда становится действительным разделением лишь с того момента, - писали К.Маркс и Ф.Энгельс, - когда появляется разделение материального и духовного труда". В связи с этим встает проблема определения места и роли непроизводственной сферы в системе

общественного воспроизводства. Методология исследования, некоторые конкретные вопросы ее анализа нашли отражение в работах Агабабяна Э.М., Иванова Г.П., Медведева В.А., Правдина Д.И., Рутгайзера В.М., Солодкова М.В. и других советских экономистов. Материальная деятельность в своем становлении и развитии не только порождает самого человека, но и составляет логически исходное любой экономической системы, связывающее в единое целое различные стороны экономической жизни. Разделение совокупного общественного труда между сферой материального производства и непродовольственной сферой, охватывая практически все многообразие форм человеческой деятельности, выступает одной из важнейших общеэкономических пропорций, в которой в наиболее обобщенном виде представлены структура и функционирование различных подразделений общественного производства в их единстве. Материальное производство - это сфера воздействия человека на природу, результатом которого является создание продукта. Функциональной особенностью непродовольственной сферы является воспроизводство самого человека. Тесно связанные обменом деятельностью, эти сферы хозяйства выражают отношения не просто односторонней зависимости, а выступают в виде взаимодополняющих одна другую в едином воспроизводственном процессе, обеспечивающем социально-экономический прогресс общества.

3 вопрос. Специфика финансов непродовольственной сферы заключается в следующем:

1. отношения между предприятиями и организациями непродовольственной сферы и государственным бюджетом заключаются по поводу уплаты платежей в бюджет. Они носят двухсторонний характер для организаций, которые организуют свою деятельность на принципах хозрасчета и самофинансирования. У тех бюджетных организаций, которые функционируют только за счет бюджета, отношения с бюджетом носят только односторонний характер и возникают по поводу предоставления бюджетного финансирования;
2. распорядители бюджетных средств вступают во взаимоотношения по поводу распределения бюджетных ресурсов. Данные отношения многоступенчаты и определяются системой управления финансами отрасли;
3. отношения вышестоящей организации с подведомственными учреждениями по поводу централизации финансовых ресурсов и их перераспределения;
4. отношения организаций и учреждений одного ведомства также по поводу перераспределения финансовых ресурсов;
5. отношения учреждений непродовольственной сферы и предприятий сферы материального производства по поводу оплаты приобретенных материальных ценностей;
6. отношения между учреждениями непродовольственной сферы и населением по поводу оплаты оказываемых услуг;
7. отношения учреждений непродовольственной сферы с коллективом работников по поводу оплаты труда;
8. отношения по поводу оплаты стоимости услуг другим предприятиям, организациям сферы материального производства и нематериальной сферы при перечислении средств за оказанные услуги по договорам;
9. отношения с юридическими и физическими лицами по поводу оказания финансовой помощи в виде добровольных взносов и пожертвований;
10. отношения с различными общественными фондами по поводу перечисления средств из этих фондов;
11. отношения с внебюджетными фондами по поводу уплаты обязательных платежей в эти фонды и получения денежных средств из них в соответствии с действующим

законодательством.

Таким образом, под финансами непроизводственной сферы следует понимать совокупность денежных отношений, опосредующих движение фондов денежных средств, образующихся в результате перераспределения созданного в отраслях производственной сферы общественного продукта и национального дохода, в целях создания нематериальных благ и услуг.

4 вопрос. Экономические вопросы развития некоммерческого сектора приобретают в рыночных условиях большое значение. Выполняемые некоммерческим сектором задачи делают его успешное функционирование крайне необходимым для жизни общества. Развитие некоммерческого сектора происходит под воздействием национальных особенностей. Если в России некоммерческая сфера находится только в стадии становления, то за рубежом она получила уже широкое распространение.

С 70 гг. XX в. в большинстве развитых стран прослеживается тенденция быстрого расширения некоммерческого сектора. Так, третий сектор США в 1997 г. включал около 2,1 млн. организаций по сравнению с 309 тыс. в 1967 г. Во Франции количество неприбыльных структур к началу 90-х гг. достигло 600 тыс., Великобритании – более 250 тыс. организаций. Об общемировом масштабе некоммерческого сектора свидетельствует и уровень занятых в неприбыльных организациях. Статистические данные по семи наиболее развитым странам показывают, что в 1997 г. в некоммерческом секторе было задействовано около 5% общего количества занятых. Например, исследование структуры занятости в США свидетельствует, что в 1997 г. удельный вес некоммерческого сектора в общей численности занятых в экономике достиг 13,4%, причем абсолютное число работающих в неприбыльных организациях составило 9,3 млн. чел., без учета 6,4 млн. волонтеров. Об усиливающейся роли некоммерческого сектора в экономике дает представление и анализ его доли в национальном доходе стран. Так, в США в 1990 г. на долю неприбыльного сектора приходилось около 6,8% НД, что в 1,5 раза выше уровня 1985 г.

5.2 Наименование вопросов

1. Организационно-правовые формы НКО.
2. Коммерческая деятельность объединений: понятие коммерциализации, понятие коммерческой тайны.
3. Корпоративные формы НКО. Бюджетные организации.
4. Макросреда НКО, как факторы развития молодежной сферы.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. ГК РФ и Законом «О некоммерческих организациях» определены следующие организационно-правовые формы некоммерческих организаций: общественные и религиозные организации (объединения), потребительские кооперативы, фонды, учреждения, некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы), государственные корпорации. Общим признаком общественных и религиозных организаций (объединений) является цель их создания — они создаются для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей. Другой признак — общность интересов объединяющихся граждан. Подробнее об общественных организациях и их регистрации читайте в разделе Общественные организации. Потребительским кооперативом признается добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. В отличие от других форм некоммерческих организаций, доходы от предпринимательской деятельности кооператива распределяются

между его членами. Признаками фонда как некоммерческой организации являются - отсутствие членства, имущественная база, созданная за счет добровольных имущественных взносов. Фонд является своеобразным некоммерческим «банком», где сначала аккумулируются средства за счет пожертвований, а затем распределяются на уставные цели фонда — социальные, культурные, образовательные и иные общественно полезные цели. Фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества. Учреждением является организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных и иных функций некоммерческого характера и финансируемая частично или полностью этим собственником. При этом имущество закреплено за учреждением на праве оперативного управления, а не собственности. При недостаточности денежных средств учреждения субсидиарную ответственность по его обязательствам несет собственник. Некоммерческим партнерством является основанная на членстве некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами для содействия ее членам в осуществлении деятельности, направленной на достижение общественно полезных целей. Отличительным признаком некоммерческого партнерства является право его членов на часть имущества в случае ликвидации партнерства или выхода из него. Некоммерческое партнерство удобно как объединение лиц свободных профессий (юристов, врачей, писателей и т.п.) Автономной некоммерческой организацией признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов в целях предоставления услуг в области образования, здравоохранения, культуры, науки, права, физической культуры и пр. Имущество, переданное учредителями организации, принадлежит ей на праве собственности. Коммерческие и некоммерческие организации могут добровольно объединяться в ассоциации (союзы) в целях координации их деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов. Члены ассоциации (союза) сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица. Государственной корпорацией признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная Российской Федерацией на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций. Создается на основании закона, которым устанавливаются особенности ее правового статуса.

2 вопрос. Под коммерческой ценностью информации можно понимать денежный эквивалент, который в рассматриваемом случае может быть уплачен за право обладания сведениями. Конкуренты, контрагенты и прочие субъекты, прямо или косвенно связанные с предприятием, объективно заинтересованы в сборе и получении информации самого различного рода. Потенциальная коммерческая ценность сведений имеет место в случае, когда при определенных обстоятельствах, в определенное время и в определенном месте появляется или может появиться интерес третьих лиц к приобретению информации о предприятии. Охрана конфиденциальности информации предприятием может осуществляться, в первую очередь, на основании изданных локальных нормативных актов, важнейшим из которых является «Положение о коммерческой тайне». Все меры безопасности, защиты информации от несанкционированного доступа извне и внутри предприятия со стороны неуполномоченных сотрудников должны базироваться именно на положениях данного документа. Официально утвержденной примерной формы положения о коммерческой тайне не существует, однако нормотворчество юрисконсультов предприятий и юристов консалтинговых компаний уже явило многочисленные результаты, некоторые из которых вступают в противоречие с нормами федерального законодательства. В связи с этим представляется целесообразным разъяснить вопрос с отнесением определенных сведений к коммерческой тайне, а также о

недопустимости включения в предмет коммерческой тайны информации, в отношении которой действует запрет на уровне федерального законодательства.

3 вопрос. Потребительским кооперативом признается добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения их материальных и иных потребностей. Члены потребительского кооператива вносят имущественные паевые взносы. Устав потребительского кооператива должен содержать: наименование юридического лица; его местонахождение; порядок управления его деятельностью; условия о размере паевых взносов членов кооператива; положения о составе и порядке внесения паевых взносов членами кооператива и об их ответственности за нарушение обязательства по внесению паевых взносов; сведения о составе и компетенции органов управления кооперативом и порядке принятия ими решений (в том числе по вопросам, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов); положения о порядке покрытия членами кооператива понесенных им убытков. Наименование потребительского кооператива должно содержать указание на основную цель его деятельности, а также слова «кооператив» или слова «потребительский союз», или «потребительское общество». Общественными и религиозными организациями (объединениями) признаются добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей. Участники (члены) общественных и религиозных организаций не сохраняют прав на имущество, переданное ими в собственность этих организаций (в том числе на членские взносы). Они не отвечают по обязательствам общественных и религиозных организаций, в которых участвуют в качестве их членов, а указанные организации не отвечают по обязательствам своих членов. Фондом признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели. Имущество, переданное фонду его учредителями (учредителем), является собственностью фонда.

4 вопрос. Макросреда «включает заданные условия деятельности организации, которые необходимо учитывать при управлении и разработке стратегии развития». Макросреда объединяет такие факторы как политические, экономические и др., определяющие развитие некоммерческой сферы. В то же время некоммерческая сфера отличается устойчивыми обратными связями со своей макросредой, которые заключаются в непосредственном влиянии на формирование личности, уровень развития нации, что, в конечном счете, воздействует на само отношение к некоммерческой сфере. Политическая среда. Во все времена политическая среда оказывала на некоммерческую сферу сильное влияние. В России в дореволюционный период уделялось большое внимание развитию и финансированию императорских театров, частных школ, приютов и т. д. В годы советской власти некоммерческие организации находились в полной правовой и финансовой зависимости от государства, которое использовало некоммерческую сферу для продвижения в обществе новой идеологии. В настоящее время, большинство НКО в России являются государственными и действуют в организационно-правовой форме учреждения. Согласно закону РФ «О некоммерческих организациях» 1995 г., учреждения владеют имуществом на праве оперативного управления и не отвечают им по своим обязательствам. В данном случае гарантом выплат выступает учредитель-собственник, который контролирует и финансирует в полном или частичном объеме деятельность учреждений. Изменение правительственной политики по отношению к некоммерческой сфере иногда тяжело сказывается на последней. Это связано с тем, что некоммерческие организации характеризуются консервативностью, неспособностью к быстрой реорганизации и нововведениям. Так, с переходом к рыночным отношениям в стране сокращение государственных субсидий некоммерческой сфере привело к глубокому

финансовому кризису многочисленные некоммерческие организации. Экономическая среда. Развитие некоммерческой сферы непосредственно зависит от экономического благосостояния страны и типа экономической среды. При социально-ориентированной экономической среде приоритеты отдаются развитию социальной сферы. Государство, перераспределяя ВВП, направляет значительные средства на прямое финансирование НКО. В качестве примера социально-ориентированной экономической среды можно привести опыт СССР. В условиях рыночно ориентированной экономической среды НКО, как и коммерческие предприятия, должны самостоятельно заботиться о своем развитии. Прямые государственные субсидии в данном случае не являются основным источником финансирования некоммерческой сферы. Государство отдает предпочтение косвенному финансированию некоммерческих организаций через систему налоговых льгот. В таких условиях некоммерческим организациям приходится заниматься предпринимательской деятельностью, привлечением средств от населения, коммерческого сектора, фондов, государства и т. д.

5.3 Наименование вопроса

1. Предпринимательство, бизнес, коммерция: основные понятия.
2. Основные условия существования и развития предпринимательской деятельности.
3. Внутренняя и внешняя среда бизнес-деятельности молодёжи.
4. Функции бизнеса. Классификация предпринимательства.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Под предпринимательством понимается интеллектуальная деятельность по организации бизнеса на основе энергичных и инициативных начинаний, связанных с тем или иным риском увеличить или потерять полностью или частично свое имущество. А.В. Бусыгин считает, что предпринимательство вбирает в себя несколько разных планов: искусство деловой активности, мыслительный процесс, особый настрой души, форма деловой активности, средство реализации человека и присущих ему потенций в экономике, умение организовать собственный бизнес и успешно реализовать его. В этой связи мы видим необходимость привести определение «бизнеса» с целью разграничить понятия «предпринимательство», «коммерция» и «бизнес» и, наконец, найти то существенное различие названных понятий, которое и определяет методологические подходы к рассматриваемым вопросам. В современном экономическом словаре «Бизнес – это инициативная экономическая, деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой страх и риск и под свою ответственность с целью получения прибыли и развития собственного дела». Это определение очень близко к определению предпринимательства. С учетом привязки бизнеса к сфере обращения денежных средств и ценных бумаг существует следующее определение. Бизнес («получение денег из денег») – экономическая деятельность хозяйствующего субъекта, осуществляемая за счет собственных или заемных средств, связанная со сделками по купле продаже денежных ресурсов, ценных бумаг и операциями по оказанию услуг для получения прибыли. Бизнесмен – это тот, кто делает деньги, владелец капитала, находящегося в обороте и приносящего доход. В отличие от предпринимателя бизнесмен не обязательно принимает личное участие в работе предприятия, куда вложены его деньги. Сравнивая понятия бизнеса и коммерции, уместно определить, какова роль операции обмена в содержании понятий. Если в бизнесе удельный вес операции обмена сравнительно невелик, то в коммерции обмен превалирует. Коммерция присутствует везде, где осуществляется процесс обмена (купли-продажи) реальных стоимостей (товаров, услуг, денег, технологий и др.).

2 вопрос. Предпринимательство как явление хозяйственной жизни всегда развивается в конкретном социально-экономическом и историческом среде. Именно поэтому для его непрерывного воспроизведения необходимы определенные предпосылки. Экономические предпосылки предпринимательства заключаются в создании в обществе условий для функционирования багатосубъектных (частных, коллективных, государственных) владельцев. Это будет способствовать свободе предпринимательской деятельности, возможности на свой страх и риск принимать решения об использовании имущества, продукции, доходов, выбора хозяйственных контрагентов. В нашей стране экономическими предпосылками являются разгосударствление и приватизация собственности, демонополизация хозяйств. Политические предпосылки предполагают создание в стране благоприятного политического климата для предпринимательства, в частности гарантирования всем хозяйствующим субъектам сохранения их собственности, невозможности национализации, экспроприации. властные структуры должны создать условия для развития всех форм собственности, прежде всего интеллектуальной (изобретения, новаторство, новые методы организации), через соответствующую налоговую, кредитную, таможенную и другую политику. Правовые предпосылки предпринимательства основываются на действующем законодательстве, нормативных актах, разработанных в стране. Нормативные акты должны создать для всех участников рыночных отношений одинаковые правила игры, т.е. предоставить одинаковые права и полную свободу деятельности, не допускать вмешательства органов государственного управления в хозяйственную деятельность любого субъекта, за исключением законодательно оговоренных случаев. Речь идет о том, что предприниматели могут действовать самостоятельно, свободно, в пределах закона. С изменением условий экономической, социальной жизни меняются законы (правила игры), а следовательно, понятие «самостоятельно» и «свободно» приобретают новое содержание. В сфере бизнеса кроме строго формализованных отношений, основанных на законодательных актах, между хозяйственными субъектами складываются неформальные, которые основываются на доверии, честности, порядочности, соблюдении слова сохранении коммерческой тайны и т.д.

3 вопрос. Любая организация находится и функционирует в среде. В менеджменте под средой организации понимается наличие условий и факторов, которые воздействуют на функционирование фирмы и требуют принятия управленческих решений, направленных на их управление либо на приспособление к ним. В структуре среды организации различают факторы внутренней и внешней среды. Организации взаимодействует с внешней средой, должна приспосабливаться к изменениям в ней, чтобы нормально функционировать, и в силу этого должна рассматриваться как «открытая система». Открытая система зависит от энергии, информации, материалов, которые поступают из внешней среды. Любая организация является открытой системой, так как всегда зависит от внешней среды. Внутренняя среда организации является источником ее жизненной силы. Она включает в себе тот потенциал, который дает возможность организации функционировать, а следовательно, существовать и выживать в определенном промежутке времени. Но внутренняя среда может также быть и источником проблем и даже гибели организации в том случае, если она не обеспечивает необходимого функционирования организации.

4 вопрос. Существуют различные классификации, однако в широком смысле самые распространенные основные функции бизнеса следующие: Производственная функция бизнеса включает процесс создания товара или услуги с помощью ресурсов — сырья и материалов, оборудования, рабочей силы, денег. Данный аспект отражает производственные мощности предприятия, расположение завода, схему размещения оборудования, особенности технологического процесса, контроль качества, оптимизацию производственных издержек и т.д. Поскольку данная функция связана с созданием рыночного продукта, то эксперты в области предпринимательства и менеджмента часто

называют ее основной, краеугольной функцией бизнеса. Часто маркетинг ассоциируется исключительно с рекламой и дистрибуцией товаров. Однако на самом деле это не совсем так. Маркетинговая функция имеет широкую область применения и включает исследование рынка, анализ конкурентов, разработку стратегии ценообразования, разработку упаковки, создание бренда и т.д. По сути, эта функция первична по отношению к производству, поскольку именно она занимается выявлением нужд и потребностей потребителей, а производство изготавливает требуемый рынком продукт. Например, группа маркетологов исследует психологические особенности определенной демографической группы населения и подстраивает рыночный продукт под эти особенности с тем, чтобы более полно удовлетворить потребности потребителей. На важность маркетинга среди основных функций бизнеса указывает и то, что в бизнес-плане выделяется отдельный раздел — план маркетинга. А нежелание проводить тщательные маркетинговые исследования международных рынков может обернуться провалом и многомиллионными потерями. Финансовая функция связана с привлечением капитала для ведения бизнеса, управление денежными потоками, контролем дебиторской и кредиторской задолженности. От того, насколько грамотно построены финансовые бизнес процессы, зависит жизнеспособность компании, поскольку никакой отличный продукт или нестандартный маркетинг не спасет корпорацию, которая не способна наладить бухгалтерию. Без этого компонента ни одно предприятие не сможет функционировать, поскольку производственные операции выполняются человеком или при его участии. Эта функция бизнеса связана с поиском подходящих специалистов, проведением собеседований, кадровым делопроизводством, выплатой зарплаты, проведением мероприятий по повышению квалификации работников, стимулированию личностного роста. От эффективности каждого сотрудника компании зависит общая результативность. Сбор, обработка документации, прием входящих звонков и прочие рутинные повседневные операции выполняются секретарем и ассистентами руководителя. Многие недооценивают эту функцию бизнеса, вместе с тем эффективность начальника тесно связана с эффективностью его секретаря. Многие эксперты по менеджменту указывают на то, что успешное управление базируется на успешной поддержке руководителей ассистентами. Также часто к функциям бизнеса относят продажи, контроль качества, закупки, отношения с общественностью, бухгалтерию. Однако все эти функции можно распределить в вышеперечисленные. Одной из тенденций в современном бизнесе является аутсорсинг бизнес процессов и аутстаффинг персонала.

5.4 Наименование вопроса

1. Характеристика отдельных подсистем предпринимательской среды.
2. Характеристика институционально-организационной среды.
3. Внутренняя предпринимательская среда: определение. Подсистемы внутренней предпринимательской среды.
4. Необходимые предпосылки для успешной предпринимательской деятельности.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Дадим краткую характеристику отдельных подсистем, в совокупности составляющих внешнюю предпринимательскую среду. Экономическое положение страны, характеризующееся формированием условий для становления конкурентного рынка как среды существования предпринимателей, а также поступательное осуществление экономических реформ, обеспечивающих возможность доступа предпринимателей ко всем видам ресурсов (кроме запрещенных законом), необходимых для развития их деятельности, имеют существенное значение для развития в стране предпринимательства. На развитие предпринимательства положительно или отрицательно влияют такие экономические инструменты, как уровень ставки рефинансирования, устанавливаемый

Центральным банком России, уровень инфляции, число налогов (обязательных сборов, платежей) и размеры налоговых ставок, уровень ликвидности хозяйствующих партнеров (компаний, фирм), уровень цен (тарифов) на определенные виды ресурсов, особенно на продукцию (услуги) естественных монополий, недопущение установления монопольно высоких или монопольно низких цен, соглашений хозяйствующих субъектов, ограничивающих конкуренцию на товарных рынках. Важное значение приобретают стабильность национальной денежной единицы, повышение уровня ее покупательной способности и другие экономические факторы и условия. Стабильность политической обстановки в стране и в отдельных ее регионах, согласие между всеми ветвями власти, признание ими того факта, что без развития цивилизованного предпринимательства невозможны экономический рост, эффективное развитие всех отраслей экономики и повышение благосостояния общества несомненно имеет большое значение для развития предпринимательства. Важно, чтобы в России все наконец-то поддержали идею о том, что в стране формируется социально ориентированная экономика, а экономическим реформам нет альтернативы. Правовая среда, не декларирующая, а четко указывающая права, обязанности и гарантии дееспособным гражданам на занятие предпринимательской или иной законной экономической деятельностью, защищающая цивилизованных предпринимателей от противоправных действий государственных (муниципальных) органов и их должностных лиц, адекватна перспективному развитию страны, является обязательным условием развития предпринимательства. Необходимо четкое установление ответственности предпринимателей за нарушение законодательных и нормативных актов, регламентирующих хозяйственную (предпринимательскую) деятельность.

2 вопрос. Не рассматривая все другие подсистемы внешней предпринимательской среды, дадим краткую характеристику институционально-организационной среды, развитие которой является важнейшим условием формирования предпринимательства вообще, поскольку многие институты (организации) являются сами предпринимательскими, осуществляя те или иные виды деятельности, и с учетом специализации своей деятельности оказывают соответствующие услуги другим предпринимательским организациям. К таким институтам относятся:

- коммерческие банки и другие кредитно-финансовые организации;
- страховые организации;
- рекламные компании;
- специализированные организации по представлению таких профессиональных услуг, как аудит, консалтинг, защита интересов предпринимателей и др.;
- учебные заведения по подготовке кадров для предпринимательских организаций;
- компании по изучению рынка, проведению специализированных маркетинговых исследований;
- компании (организации)-поставщики сырья, материалов, энергии, топлива и других услуг; оптовые и розничные продавцы;
- транспортные компании и др.

Важнейшее значение для становления и развития производственного предпринимательства имеют наличие природных ресурсов, их добыча и переработка, особенно дешевых энергоносителей, затраты на которые составляют большой удельный вес. Несомненно, что в тех регионах, где затраты на обустройство предприятий низкие, создаются более благоприятные условия для развития предпринимательства. На развитие предпринимательства большое влияние оказывает демографическая ситуация в стране, отдельных ее регионах. К сожалению, в России складывается неблагоприятная демографическая ситуация: смертность превышает рождаемость, сокращается число трудоспособного населения, растет количество пенсионеров. Предприниматели - высокообразованные люди, не боящиеся идти вперед в одиночку. Поэтому важное значение для развития предпринимательства имеют система образования, особенно высшего, ускорение научно-технического прогресса, внедрение инноваций, которые, по

образному выражению П. Друкера, являются инструментом предпринимательства, а базой его являются знания.

3 вопрос. Предпринимательский успех зависит от многих факторов, среди которых важнейшим является внутренняя предпринимательская среда как определенная совокупность внутренних условий функционирования предпринимательской организации. Внутренняя предпринимательская среда включает в себя: цели, структуру, задачи, технологии и людей, работающих в организации. Цель - это конкретное конечное состояние или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе. В процессе планирования руководство формулирует цели и сообщает их членам организации. Для современных организаций характерно разнообразие целей. Структура организации состоит из нескольких уровней управления и подразделений. Структура организации должна согласовываться с уровнями управления и функциональными областями в такой форме, которая позволяет эффективно достигать целей организации. Разделение труда. Характерной особенностью современных организаций является специализированное разделение труда, закрепление данной работы за специалистами - теми, кто способен ее выполнить лучше всех, с точки зрения организации как единого целого. Сфера контроля руководителя - это лица, ему подчиненные. Сфера контроля - важный аспект организационной структуры. Если одному руководителю подчиняется большое количество людей, то имеет место широкая сфера контроля, которая дает в результате плоскую структуру управления. При узкой сфере контроля каждому руководителю подчиняется мало людей, что приводит к многоуровневой структуре. Задачи - это предписанная работа, серия работ или часть работы, которые должны быть выполнены заранее установленным способом в заранее установленные сроки. Задачи предписываются не работнику, а его должности. Считается, что если задача выполняется таким способом и в такие сроки, как это предписано, то организация будет действовать успешно.

4 вопрос. Критерии успешности зависят от степени реализованности деятельности. При этом успешность может быть дифференцирована на потенциальную и реальную. В отечественной и зарубежной психологии факторы успешности дифференцируются на внешние условия, психофизиологические особенности, индивидуально-психологические и социально-психологические характеристики субъекта деятельности. Предпринимательская деятельность, обладая своей спецификой, также характеризуется некоторыми особенностями детерминант своей успешности. К факторам успешности предпринимательской деятельности, согласно результатам эмпирических исследований, сами субъекты предпринимательской деятельности относят весьма широкий перечень обстоятельств. В их состав помещаются первичный капитал, использование новых технологий, знание законодательства, учет запросов потребителей услуг или товаров, способность генерировать идеи, умение обходить препятствия в законах, умение полагаться на свои силы, высокая работоспособность. Как видим, перечисление факторов успешности включает в себя разные параметры условий жизнедеятельности, которые можно с некоторой условностью подразделить на средовые внешние факторы, и внутренние психологические факторы.

5.5 Наименование вопроса

1. Фирма: понятие. Признаки фирмы.
2. Задачи фирмы. Этапы создания фирмы. Учредительные документы организации.
3. Прекращение деятельности организации: реорганизация, ликвидация.
4. Реорганизация фирмы. Виды реорганизации. Правовая регламентация.
5. Ликвидация фирмы. Правовая регламентация

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Фирма – это самостоятельный экономический субъект, занимающийся коммерческой и производственной деятельностью и обладающий обособленным имуществом. Фирма – понятие широкое, поскольку представляет собой организацию, владеющую предприятием и ведущую на нем свою производственно-хозяйственную деятельность. Фирма имеет следующие признаки:

- 1) представляет собой экономически обособленную, самостоятельную хозяйственную единицу;
- 2) юридически зарегистрирована и в этом плане относительно независима: имеет собственный бюджет, устав и бизнес-план;
- 3) является своеобразным посредником в производстве;
- 4) любая фирма самостоятельно принимает все решения, связанные с ее функционированием, поэтому можно говорить о ее производственной и коммерческой независимости;
- 5) целями фирмы считаются получение прибыли и минимизация издержек.

Но существуют фирмы, которые ведут неценовую конкуренцию и имеют такие цели как:

- 1) повышение объема продаж и увеличение собственной доли на рынке, а также максимальный контроль ценообразования и потребительского спроса;
- 2) сохранение штата служащих. Стремясь к этому, руководство фирмы повышает заработную плату, улучшает условия труда, осуществляет трансфертные платежи, т. е. стимулирует индивидуальный результат рабочего;
- 3) выживание в кризисной экономике. Инфляционные ожидания порождают стремление к созданию новых стратегических методов развития. В соответствии с этим в современных организациях целесообразно иметь отдел стратегического планирования, который разрабатывает комплекс мер по достижению конечных целей фирмы;
- 4) производство качественно новых товаров и их продвижение на рынок. Внедрение в производство новейших технологий позволяет изготавливать более качественный и конкурентоспособный продукт за более низкий объем времени.

2 вопрос. В процессе своей деятельности предприятие должно принимать ряд решений:

- какой товар или номенклатуру товаров следует выпускать и продавать;
- на какие рынки надо выходить с этим товаром и как укрепить свои позиции на рынке;
- как выбрать оптимальную технологию производства;
- какие материалы приобретать и как их использовать;
- как распределить имеющиеся модели и финансовые ресурсы;
- каких показателей своей деятельности предприятие предпочитает (должно) достигнуть в отношении технических характеристик выпускаемого товара, его качества, эффективности производства.

Деятельность, направленная на решение этих вопросов, называется общей деловой политикой предприятия или компании.

Основными целями предприятия могут быть:

- завоевать или удержать большую долю какого-либо рынка для своего товара;
- добиться более высокого качества своего товара;
- занять в отрасли лидирующее положение в области технологии;
- добиться максимального использования имеющихся сырьевых, людских и финансовых ресурсов;
- повысить прибыльность своих операций;
- добиться максимально возможного уровня занятости.

Открытие нового предприятия предполагает осуществление ряда этапов по его созданию и организации производственно-хозяйственной деятельности.

К основным этапам создания предприятия относят:

- 1) определение состава учредителей и разработка учредительных документов;
- 2) заключение учредителями договора о создании и деятельности предприятия;
- 3) утверждение устава предприятия и оформление протокола № 1 собрания учредителей общества;
- 4) открытие временного счета в банке;
- 5) регистрация предприятия;
- 6) передача сведений о предприятии для включения в государственный реестр;
- 7) внесение участниками предприятия полностью своих вкладов в банк;
- 8) открытие постоянного расчетного счета в банке;
- 9) регистрация предприятия в отделении налоговой инспекции;
- 10) получение разрешения и изготовление круглой печати и углового штампа.

3 вопрос. Прекращение деятельности акционерного общества может происходить путем его реорганизации или ликвидации. Ликвидация акционерного общества как юридического лица влечет за собой его закрытие без перехода к третьим лицам прав и обязанностей в порядке правопреемства. Ликвидировано акционерное общество может быть в следующих случаях:

- по единогласному решению его учредителей (акционеров) или органа юридического лица, уполномоченного учредительными документами, в том числе и по истечении срока, на который создавалось юр.лицо, с достижением цели, в соответствии с которой оно и создавалось или в связи с признанием судом недействительной регистрации юридического лица в процессе допущенных нарушений норм законодательства при его создании, если такие нарушения носят характер неустранимый;

- по судебному решению в процессе деятельности без наличия лицензии или запрещенной законодательством деятельности или с иными повторяющимися и грубыми нарушениями норм законодательства, а также и в других случаях, предусмотренных Гражданским Кодексом РФ. Требование о принудительном закрытии (ликвидации) акционерного общества может предъявляться в судебные органы государственным органом или органом местного самоуправления, который законодательно имеет право на предъявление подобного требования (такое право имеется у прокуроров, ФКЦБ, регистрирующих органов). На учредителей (акционеров) акционерного общества либо орган, уполномоченный на ликвидацию юридического лица его учредительными документами, решением суда о его ликвидации должны возлагаться обязанности по проведению процесса ликвидации. Акционерное общество может быть ликвидировано в соответствии со статьей 65 Гражданского Кодекса РФ в результате признания его банкротом. Статьей 61 Гражданского Кодекса РФ предусматривается возможность ликвидации юридического лица по решению судебного органа в результате осуществления им деятельности без наличия соответствующей лицензии

4 вопрос. Реорганизация юридического лица может быть осуществлена в форме слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования. По различным основаниям эти пять форм разбивают на различные группы.

I. По субъекту - инициатору реорганизации и ее основанию:

- 1) разделение, выделение - п. 2 ст. 57 ГК;
- 2) слияние, присоединение, преобразование - п. 3 ст. 57 ГК.

II. По судьбе имущественной массы:

- 1) слияние, присоединение (увеличивается);
- 2) разделение, выделение (уменьшается);
- 3) преобразование (остается без изменений).

III. По факту сохранения ранее существовавшего юридического лица:

- 1) присоединение, выделение, преобразование (сохраняется);
- 2) слияние, разделение (не сохраняется);

IV. По оформляющему реорганизацию акту:

- 1) слияние, присоединение, преобразование (передаточный акт);
- 2) разделение, выделение (разделительный баланс).

V. По моменту реорганизации:

- 1) слияние, разделение, выделение, преобразование (с момента государственной регистрации вновь возникших юридических лиц);
- 2) присоединение (с момента внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о прекращении деятельности присоединенного юридического лица).

5 вопрос. И товары, и фирмы имеют свой жизненный цикл. Его завершение для фирмы связано с ликвидацией. Фирма может быть ликвидирована:

- добровольно;
- по решению судебных органов.

Добровольная ликвидация фирмы происходит в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации при единогласном решении учредителей. Ликвидация фирмы по решению судебных органов происходит в следующих случаях:

- когда фирма признает себя банкротом;
- при нарушении законодательства;
- при осуществлении деятельности, занятие которой запрещено законом;
- при нарушении норм экологической безопасности.

Как правило, суд определяет порядок и сроки прекращения деятельности. Ликвидация начинается с того, что учредители (участники) или орган, принявший решение об этом, направляют письменное сообщение о ликвидации органу, осуществляющему государственную регистрацию. В Государственный реестр вносятся записи о том, что данная фирма находится в процессе ликвидации. Пока идет процесс ликвидации, фирма продолжает существовать в качестве субъекта гражданского права, которым управляет ликвидационная комиссия. Фирма, после начала ее ликвидации, вправе предъявить различные требования в арбитражный суд, в том числе о признании недействительным самого решения государственного органа о ее ликвидации. Ликвидационная комиссия должна:

- дать объявление о ликвидации;
- собрать долги фирмы;
- рассчитаться с кредиторами;
- направить персональное уведомление всем выявленным кредиторам, включая тех, у кого срок требований еще не наступил;
- составить промежуточный баланс, который утверждается учредителями (участниками) или органом, принявшим решение о ликвидации.

Промежуточный баланс должен содержать следующие данные:

- что представляет собой имущество фирмы;
- какие требования кредиторов удалось выяснить;
- каков результат их рассмотрения.

После погашения долгов ликвидационная комиссия составляет ликвидационный баланс. После утверждения ликвидационного баланса в Государственный реестр вносится запись о ликвидации фирмы. Имущество, оставшееся после удовлетворения всех требований кредиторов (если иное не предусмотрено законом или иными правовыми актами или учредительными документами) должно быть передано физическим и юридическим лицам, имеющим на него права.

5.6 Наименование вопроса

1. Виды прибыли. Общие издержки. Ресурсы: внешние и внутренние.-определения.
2. Общие издержки фирмы. Экономические издержки. Бухгалтерские издержки фирмы.

3. Экономическая прибыль. Бухгалтерская прибыль фирмы.
4. Формирование внешних издержек.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Прибыль отражает приращение первоначально авансированной стоимости в производственно-хозяйственную деятельность организации для обеспечения ее деятельности. Она определяется соизмерением доходов и расходов организации.

Балансовая прибыль (убыток) - конечный финансовый результат, выявленный в отчетный период на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций организации и оценки статей бухгалтерского баланса. Валовая (банковская) прибыль - выраженный в денежной форме чистый доход на вложенный капитал. Она представляет собой разницу между нетто-выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг и себестоимостью этих продаж без условно-постоянных управленческих расходов и затрат по сбыту (коммерческих расходов). Чистая экономическая прибыль - это прибыль, остающаяся после вычитания всех расходов из общего дохода организации. Маржинальная прибыль — это превышение выручки над переменными затратами на производство продукции, которое позволяет возместить постоянные затраты и получить прибыль. Номинальная прибыль - это прибыль, обозначенная в финансовой отчетности, которая соответствует балансовой прибыли. Реальная прибыль — это номинальная прибыль, скорректированная на инфляцию. Для определения реальной прибыли номинальная прибыль соотносится с индексом потребительских цен. Нераспределенная прибыль представляет собой конечный финансовый результат отчетного периода за вычетом налогов и иных аналогичных обязательных платежей, включая санкции за несоблюдение договоров. По своему содержанию соответствует чистой прибыли. Капитализированная прибыль - это прибыль, направленная на увеличение собственного капитала (активов) организации. Она является источником расширенного воспроизводства. Нормальная прибыль - это среднерыночная прибыль, позволяющая сохранять позиции на рынке.

2 вопрос. Различают издержки экономические и бухгалтерские. Под экономическими издержками понимаются все виды выплат фирмы поставщикам за используемые ресурсы. Они состоят из двух видов: внешних (явных, или денежных) и внутренних (неявных, или имплицитных). Внешние издержки представляют собой денежные платежи поставщикам ресурсов: оплату сырья, материалов, топлива, заработную плату, начисление износа и т.д. Эта группа издержек и составляет бухгалтерские издержки, соответствующие затратам наших отечественных предприятий. Внутренние издержки фирм имеют неявный, имплицитный характер. Они отражают использование в производстве ресурсов, принадлежащих владельцам фирмы: земли, помещений, их личного труда, нематериальных активов и т.д., за которые фирма формально не платит. В обобщенном понимании внутренние издержки представляют собой доход на собственный, дополнительно используемый ресурс (капитал, землю, труд в пределах нормального процента или ренты, как если бы денежные средства были положены в банк, земля сдана в аренду и т.д.) и нормальную прибыль (она включает заработную плату и вознаграждение предпринимателя, как если бы он работал по найму). Предприниматели в действительности несут эти затраты, но не в явной, не в денежной форме, что позволяет включать их в экономические издержки. Понятие «экономические» издержки является общепринятым; бухгалтерские -- исчисляются на практике: при подсчете реальной суммы затрат, налогооблагаемой прибыли и т.п.

3 вопрос. Прибыль – это разница между выручкой и издержками. Аналогично тому, как различают бухгалтерские и экономические издержки, следует различать два подхода к понятию прибыли. Для бухгалтеров прибыль – это то, что остается от общей выручки фирмы после уплаты отдельным лицам и другим фирмам стоимости:

- материалов;
- капитала;

- труда.

Которые были использованы данной фирмой. Такая трактовка прибыли включает только явные издержки, т.е. платежи фирмы внешним поставщикам. Общая выручка – бух. издержки равны бух. прибыли. Но такая прибыль неполно характеризует эффект от предпринимательской деятельности. Поэтому когда капитал принадлежит какому-то лицу или группе лиц, встает вопрос: а не понесла ли фирма убытки в результате неэффективного использования собственного капитала по сравнению с альтернативными вариантами? Может быть, будучи вложенным в другие отрасли, он принес бы больше дохода. Если в результате такого вычитания останется прибыль, то эта прибыль будет называться экономической. Экономическая прибыль может быть равна нулю. Это означает, что фирма использует свои ресурсы с минимально допустимой для общества эффективностью. Этого достаточно, чтобы фирме удержаться в отрасли. Если фирма получает экономическую прибыль, значит, в данной отрасли, в данном деле предпринимательская способность, капитал, земля дают в данный момент больший эффект, чем минимально допустимый. Итак: общая выручка – бух. явные издержки и неявные издержки равны экономической прибыли. В решении вопроса максимизации прибыли имеется в виду экономический подход.

5.7 Наименование вопроса

1. Активы предприятия: определение. Условия роста активов фирмы.
 2. Основные элементы, формирующие маркетинговую стратегию фирмы.
 3. Ресурсы для развития бизнеса. Виды ресурсов, привлекаемые для развития бизнеса.
- При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Активы предприятия — совокупность имущественных прав, принадлежащих предприятию, в виде основных средств, запасов, финансовых вкладов, денежных требований к другим физическим и юридическим лицам. Другими словами: активы это вложения и требования. Термин «активы» используется также для обозначения любой собственности, имущества организации. Материальные и нематериальные активы. Активы принято делить на материальные и нематериальные. К нематериальным относятся неденежные активы, не имеющие физической формы и удовлетворяющие следующим условиям:

- Возможность идентификации от другого имущества.
- Использование в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации.
- Способность приносить организации экономические выгоды (доход).
- Наличие документов, подтверждающих существование актива и исключительного права у предприятия на результаты интеллектуальной деятельности (патенты, свидетельства, другие охранные документы, договор уступки (приобретения) патента, товарного знака и т.п.).

К нематериальным активам могут быть отнесены деловая репутация организации (гудвил) и объекты интеллектуальной собственности. В свою очередь, объекты интеллектуальной собственности (исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности) включают:

- Исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель.
- Исключительное авторское право на программы для ЭВМ и базы данных.
- Имущественное право автора или иного правообладателя.
- Исключительное право владельца на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров.
- Исключительное право патентообладателя на селекционные достижения.

2 вопрос. Маркетинговая стратегия компании на современном рынке формируется под влиянием множества факторов и на основе огромного количества маркетинговой информации (исследованиях промышленных покупателей и их предпочтений, экспертизе ситуации в отрасли и т.д.). При формировании маркетинговой стратегии фирмы прежде всего учитывают следующие четыре группы основных факторов: Тенденции развития спроса и внешней маркетинговой среды (рыночный спрос, запросы потребителей, система товародвижения, правовое регулирование, тенденции в деловых кругах, условия территориального размещения). Состояние и особенности конкурентной борьбы на рынке, основные фирмы-конкуренты и стратегические направления их деятельности. Управленческие ресурсы и возможности самой фирмы (товарные, финансовые, торговые, кадровые, научно-технические, информационные), определение своих сильных сторон в конкурентной борьбе. Основная концепция развития фирмы, ее глобальные цели и задачи предпринимательской деятельности в стратегических зонах. На выбор маркетинговой стратегии влияют как внутренние резервы (способности) компании (ее внутренняя среда, включая имеющиеся ресурсы и компетенции), так и состояние внешней среды (особенности спроса, конкуренции, институциональные факторы и т.п.)

3 вопрос. Ресурсы – любые материальные или нематериальные феномены, которые могут быть использованы для обмена вследствие того, что представляют ценность для потенциальных участников корпоративных отношений (УКО). Эта ценность определяется следующими факторами:

- возможностью использовать ресурсы для удовлетворения потребностей самого человека;
- возможностью использовать ресурсы для создания условий, в которых можно обменять эти или иные ресурсы на то, что можно использовать для удовлетворения потребностей человека.

В качестве примера, можно привести такие ресурсы, как некоторые информационные ресурсы, которые позволяют организовать деятельность – технологии и правила, например; некоторые материальные ресурсы, необходимые для производства продукции; информация о потребностях клиентов, позволяющая точнее рассчитать рекламные материалы и т.п. Иными словами, ресурсами являются, как объекты непосредственно обмена, так и феномены, позволяющие снизить издержки обмена. Отнесение того или иного феномена к категории «ресурсы» определяется информацией, имеющейся у человека, которая позволяет оценить возможность использования рассматриваемого феномена для обмена на другие ресурсы. То есть, это субъективная оценка.

5.8 Наименование вопроса

1. Прибыль предприятия: виды, расчет показателей.
2. Показатели прибыли. Рентабельность: показатели, расчет уровня.
3. Показатели эффективности использования основных фондов и оборотных средств.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Предприятия как отдельные товаропроизводители получают от реализации своей продукции денежную выручку. Данная выручка не свидетельствует о получении прибыли. Для определения финансового результата итоговой деятельности предприятия нужно сопоставить выручку со всеми затратами на производство и реализацию, относимыми на себестоимость производимой продукции. В случае если себестоимость ниже выручки, то финансовый результат говорит о получении прибыли. Если выручка равна себестоимости, то финансовый результат приравнивается к нулю, то есть предприятию только удалось покрыть расходы на производство и реализацию. Если же затраты выше выручки, то предприятие остается в убытках. Это свидетельствует о получении отрицательного финансового результата. Таким образом, прибыль является основной целью

предпринимательской хозяйственной деятельности. Доходы и прибыль предприятия соотносятся между собой следующим образом. Доход предприятия – это показатель увеличения экономических выгод, которое выражается в виде поступлений активов либо уменьшения обязательств, которые в сумме приводят к росту собственного капитала предприятия (за исключением случаев увеличения его за счет взносов собственников).

Доходы классифицируются по таким группам: доходы от реализации продукции, прочие операционные доходы (доход от аренды активов, курсовых разниц), финансовые доходы (от участия в капитале, инвестиционной деятельности), проценты, дивиденды, прочие доходы от инвестиций, реализации активов.

Прибыль предприятия – это основная часть денежных накоплений, которая создается предприятиями всех форм собственности.

2 вопрос. Результативность деятельности предприятия в финансовом смысле характеризуется показателями прибыли и рентабельности. Эти показатели как бы подводят итог деятельности предприятия за отчетный период; они зависят от многих факторов: объем проданной продукции, затратоемкость, организация производства и др. В числе ключевых факторов — уровень и структура затрат (издержек производства и обращения), поэтому в рамках внутрифирменного управления финансами в этом блоке может выполняться оценка целесообразности затрат, их динамика, структурные изменения, а основные показатели — уровень издержек производства (обращения) и абсолютная и относительная экономия (перерасходы) издержек. Подчеркнем, что можно выделить различные показатели прибыли, представляющие особый интерес для тех или иных категорий пользователей. Поскольку данные показатели являются наиболее распространенными обобщенными характеристиками успешности деятельности компании, необходима четкая и однозначная их идентификация, позволяющая делать обоснованные оценочные суждения. Так, данные о том, что предприятие работает рентабельно, а его прибыль равна P , безусловно полезны, но мало информативны, поскольку неясно, о какой прибыли идет речь. Показатели рентабельности — это выражаемые в процентах относительные показатели, в которых прибыль сопоставляется с некоторой базой, характеризующей предприятие с одной из двух сторон — ресурсы или совокупный доход в виде выручки, полученной от контрагентов в ходе текущей деятельности. Поэтому известны две группы показателей рентабельности: рентабельность инвестиций (капитала) и рентабельность продаж.

3 вопрос. Важнейшим критерием интенсивности использования оборотных средств является скорость их оборачиваемости. Чем короче период оборота средств и чем меньше они находятся на различных стадиях оборота, тем эффективнее они используются, тем больше денежных средств может быть направлено на другие цели предприятия, тем ниже себестоимость продукции. Эффективность использования оборотных средств характеризуется следующими показателями. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств ($K_{об}$) показывает число оборотов, совершенных оборотными средствами за анализируемый период (квартал, полугодие, год). Он рассчитывается как отношение объема реализованной продукции к среднему остатку оборотных средств за отчетный период. Чем больше коэффициент оборачиваемости, тем более эффективно предприятие использует оборотные средства. Из формулы видно, что увеличение количества оборотов свидетельствует либо о возрастании объема реализованной продукции при неизменном остатке оборотных средств, либо о высвобождении некоторой суммы оборотных средств при неизменном объеме реализации, либо характеризует ситуацию, когда темпы роста объема реализации превышают темпы роста оборотных средств. Ускорение или замедление оборачиваемости оборотных средств определяется сопоставлением фактического коэффициента оборачиваемости с его значением по плану или за предыдущий период. Длительность одного оборота в днях показывает, за какой срок оборотные средства совершают полный оборот, т. е. возвращаются к предприятию в виде выручки от реализации продукции. вычисляется путем деления количества дней в

отчетном периоде (год, полугодие, квартал) на коэффициент оборачиваемости. Коэффициент загрузки средств в обороте характеризует сумму оборотных средств, авансируемых на один рубль выручки от реализации продукции. По аналогии с фондоемкостью основных средств этот показатель представляет собой оборотную фондоемкость, т. е. затраты оборотных средств (в копейках) на один рубль реализованной продукции. Коэффициент загрузки является величиной, обратной коэффициенту оборачиваемости, значит, чем меньше коэффициент загрузки средств в обороте, тем эффективнее используются оборотные средства на предприятии. Кроме рассмотренных общих показателей оборачиваемости оборотных средств, для выявления конкретных причин изменения общей оборачиваемости определяются показатели частной оборачиваемости, которые отражают степень использования оборотных средств в каждой стадии кругооборота и по отдельным элементам оборотных средств (рассчитываются аналогично приведенным выше формулам). Эффективное использование оборотных средств заключается не только в ускорении их оборачиваемости, но и в снижении затрат на производство и реализацию продукции вследствие экономии отдельных элементов оборотных средств (сырья, материалов, энергии). Важнейшим обобщающим показателем эффективности использования материальных ресурсов на предприятии принято считать материалоемкость продукции (Me) – отношение суммы материальных затрат к объему выпуска или реализации продукции. Частными показателями материалоемкости являются сырьеемкость, металлоемкость, электроемкость, топливо-емкость и энергоемкость; при их расчете в числителе отражаются соответственно количество израсходованного сырья, металла, электроэнергии, топлива и энергии всех видов в натуральном или стоимостном выражении.

5.9 Наименование вопроса

1. Значения планирования на предприятии.
2. Принципы и методы планирования: балансовый, нормативный, программно-целевой.
3. Метод планирования по техно-экономическим факторам.
4. Классификация планов по признакам.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Планирование является одним из тех методов управления экономикой, которые весьма активно и успешно разрабатывались советскими учеными. В этой области был накоплен немалый положительный опыт, однако в начале 90-х годов процесс реформирования отечественной экономики сопровождался довольно негативным отношением к идее планирования. Позднее страсти начали постепенно утихать, и к этой идее стали возвращаться как к вполне здравой, не отрицаемой ни в какой самой "наирыночной" стране. Роль и значимость планирования вообще и финансового в частности можно достаточно легко обосновать с различных позиций, поэтому банальные дискуссии о том, нужен план или нет, в настоящее время вряд ли уместны; более того, в условиях естественного динамичного развития экономики, стохастичности рынка и постоянно нарастающей конкурентной борьбы роль этой функции по крайней мере не уменьшается. Именно последнее обстоятельство отчасти имел в виду известный специалист в области управления Р. Акофф, утверждая, что "лучше планировать для себя - неважно, насколько плохо, чем быть планируемым другими - неважно, насколько хорошо". Естественно, нарождающиеся рыночные отношения привели не только к внедрению новых для нашей страны экономических категорий, но и к появлению иных подходов к планированию. Прежде всего следует отметить, что необходимость составления планов определяется многими причинами. Выделим три из них, являющиеся, по нашему мнению, основными:

- неопределенность будущего;
- координирующая роль плана;
- оптимизация экономических последствий.

Действительно, если бы будущее компании или предприятия было абсолютно предопределенным, не было бы нужды постоянно разрабатывать планы, совершенствовать методы их составления и структурирования. Отсюда, кстати, видно, что главная цель составления любого плана - не определение точных цифр и ориентиров, поскольку сделать это невозможно в принципе, а идентификация по каждому из важнейших направлений некоторого "коридора", в границах которого может варьировать тот или иной показатель.

2 вопрос. Для обеспечения эффективности и уменьшения возможности отрицательных результатов планирования на деятельность предприятия, оно должно базироваться на ряде принципов. Многие ученые экономисты выделяют из них следующие:

1. Принцип необходимости, предусматривает обязательность планирования деятельности предприятия.
2. Принцип непрерывности заключается в том, что на каждом предприятии процессы планирования должны осуществляться постоянно, обеспечивая сочетание и взаимоувязку стратегических, краткосрочных и оперативных планов.
3. Принцип гибкости, взаимосвязан с принципом непрерывности и предполагает возможность корректировки плановых показателей. Для соблюдения принципа гибкости планы должны составляться так, как это принято в мировой практике: чтобы в них можно было вносить коррективы, обусловленные меняющимися внутренними и внешними условиями. Поэтому планы должны содержать резервы, называемые иначе «надбавками безопасности» или «подушками».
4. Принцип единства предполагает увязку множества планов цехов, участков, функциональных служб между собой и единым планом социально-экономического развития предприятия. Достигается путем директивного и индивидуального планирования на предприятии.
5. Принцип точности предполагает конкретизацию, детализацию плановых заданий в той степени, в которой позволяют это сделать условия функционирования предприятия.
6. Принцип участия предполагает активное воздействие персонала на процесс планирования, то есть участие в плановой деятельности работников предприятия не зависимо от должности и выполняемой функции. Реализуется этот принцип, как правило, через общественные организации предприятия, что способствует развитию личности, объединению коллектива в достижении намеченных целей.
7. Принцип оптимальности достигается разработкой альтернативных вариантов планов и выбора из них наиболее оптимального, обеспечивающего получение максимальных результатов при наименьших затратах или в условиях ограниченности отдельных видов ресурсов.
8. Принцип научности планов обеспечивается соблюдением выше перечисленных принципов планирования.

Реализация принципов планирования осуществляется посредством использования разнообразных методов. Основными из них являются: балансовый, нормативный, программно-целевой, экономико-математический, инженерно-экономические и т.п. Балансовый метод, заключается в том чтобы сбалансировать (обеспечить равенство) двух показателей (например, объема производства и материальных ресурсов; объема производства и численности основных рабочих и т.д.) Нормативный метод основан на использовании норм и нормативов при определении потребностей для выполнения плановых заданий по выпуску продукции. Сетевой метод применяется при планировании подготовки производства новой продукции, в строительстве и т.д. Программно-целевой метод применяется при разработке сложных проектов, направленных на достижение

важнейшей конечной цели с большим количеством исполнителей. Экономико-математические модели в планировании применяются в различных модификациях. Смысл их состоит в том, что составляется модель из ряда показателей и коэффициентов и находится планируемая переменная величина.

3 вопрос. Метод планирования по технико-экономическим факторам применяется в основном при планировании издержек производства и реализации продукции, производственной программы и некоторых других разделов плана предприятия (например, план по труду и кадрам). При этом методе планирования должны быть учтены многочисленные факторы:

- технические (внедрение новой техники и технологии, новых материалов, реконструкция и техническое перевооружение предприятия и др.);
- совершенствование организации производства и труда;
- изменение объема производства, номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции;
- рыночные (инфляция);
- особые факторы, связанные со спецификой предприятия, производства, региона.

Классификация планов по признакам:

1. Степени неопределенности в планировании
2. Временной ориентации планирования
3. Срокам исполнения (горизонту планирования)
4. По степени детализации направления развития
5. Предмету планирования (функциональному назначению)
6. Уровню планирования
7. Содержанию планирования

По степени неопределенности системы планирования можно разделить на два типа: Детерминированные системы. Системы, которые действуют в полно предсказуемой среде. События в этой системе имеют полную определенность. Наиболее редкий случай. Вероятностные (стохастические) системы. Наиболее распространенная система планирования. Не дает полной предсказуемости результатов. Система планирования на уровне предприятия является вероятностной. В общем, планы по степени неопределенности можно подразделить на планы высокой степени неопределенности, средней и низкой. По временной ориентации идей планирования планы подразделяются на:

· Реактивное планирование. Характеризует возврат к прошлому. Представители реактивного планирования отрицают все достижения сегодняшнего дня, негативно относятся к технике и технологическому обществу (Ж.Ж.Руссо – «назад к природе»). Всякая проблема исследуется с точки зрения ее возникновения и прошлого развития. Недостатки такого планирования:

- рассматривается не как система, а как простая единица или совокупность элементов, не имеющих структуру;
- не соблюдается принцип гибкости; отсутствует учет объективных обстоятельств сегодняшнего дня и будущих изменений; уступает по технологическим качествам;
- не соблюдается принцип участия; функция высшего руководства (игнорируется возможность молодых участников).

Достоинства:

- постоянное обращение к истории, к прошлому опыту;
- ощущение преемственности и сохранение традиций, охраняющее от необдуманных решений.

· Инактивное планирование. Характеризует ориентацию на настоящее. При данном виде планирования не считается нужным возвращаться к прошлому и вместе с тем стремиться к будущему. Достоинство: осторожность в планировании. Девиз: «Планировать минимум необходимого, что бы не изменить естественного хода вещей». Недостатки:

- неспособность приспосабливаться к изменениям;

-слабое использование принципа участия (ограничение творческого потенциала персонала).

· Преактивное планирование (упреждение). Характеризует ориентацию на будущие изменения. Преактивисты стремятся ускорить изменения (в противовес инактивистам). Они стремятся угадать вероятное изменение событий и оседлать их «первую волну» для того, чтобы достичь своей цели. Достоинство: положительно относятся к технике и к научным методам планирования, в том числе к экономико-математическим. Недостатки:

-увлечение новыми методами (слабое использование накопленного опыта);

-недостаточное внимание оказывается текущим нуждам предприятия.

· Интерактивное планирование. Основывается на принципе участия и максимально мобилизует творческие способности. Девиз: «Будущее – это продукт созидательных сил участников предприятия». Вбирает в себя самое лучшее предыдущих видов планирования. Данное планирование похоже на идеальную модель, чем на практическую. Р.Акофф проводит следующую аналогию:

-инактивисты стремятся удержаться в бурном потоке;

-реактивисты пытаются плыть против него;

-преактивисты стараются оседлать его первую волну;

-интерактивисты намерены поменять течение реки.

5.10 Наименование вопроса

1. Главная задача инновационного менеджмента. Основные элементы инновационной среды.
2. Предмет изучения инновационного менеджмента.
3. Основные аспекты инновационной деятельности.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

1 вопрос. Одной из главных задач инновационного менеджмента является выработка стратегии самих инноваций и мер, направленных на их воплощение в жизнь. НИОКР, разработка и выпуск новых видов продукции становится приоритетным направлением стратегии фирмы, так как определяет все остальные направления ее развития.

НИОКР - комплекс мероприятий, включающий в себя как научные исследования, так и производство опытных и мелкосерийных образцов продукции, предшествующий запуску нового продукта или системы в промышленное производство. Расходы на НИОКР являются важным показателем инновационной деятельности компании. Как и для любой другой сферы управления, для инновационного менеджмента характерны, пять стадий развития и функционирования: планирование, определение условий и организация, исполнение, руководство, анализ результатов и внесение корректив.

Инновационный менеджмент на каждой стадии развития решает свою задачу. При планировании – составляют план стратегии и план ее реализации. Далее определяют потребности во всех видах ресурсов для реализации различных фаз инновационного проекта. Исполнение – осуществление исследований и разработок, реализация разработанного плана инновационного менеджмента. Руководство – контроль и анализ, корректировка действий, накопление опыта. Оценка эффективности инновационных проектов, инновационных управленческих решений.

Инновационный менеджмент и инновационная деятельность в современных условиях – это образование в крупнейших фирмах единых научно-технических комплексов, объединяющих в единый процесс исследование и производство.

2 вопрос. Предмет изучения инновационного менеджмента целенаправленные процессы создания, освоения и распространения нововведений и обусловленные ими изменения в социальных, экономических и технических системах. Любые изменения всегда привносят в стабильную и оптимальную с точки зрения статики систему состояния

неопределенности и нестабильности, которое принято характеризовать как состояние кризиса. Долгое время в процессах управления на кризис начинали реагировать только с его появлением, когда ситуация уже становилась реальностью и катастрофу предотвратить было невозможно. В настоящее время в действиях ведущих организаций все более явно прослеживается стратегия предупреждения кризисных ситуаций. Действительно, гораздо разумнее предусмотреть кризис, т.е. разработать и ввести в систему такие инновации, которые позволят снизить риск и неопределенность будущих последствий. Предмет изучения инновационного менеджмента – кризисные явления в организации и сопровождающие их процессы изменений. Цель деятельности менеджмента по инновациям – обеспечение безопасности жизнедеятельности организации в предкризисных, кризисных и посткризисных ситуациях. Как с теоретической, так и с практической точек зрения очень важно дать четкую формулировку объекта инновационного менеджмента. Необходимость этого обусловлена тем, что он является ведущим элементом системы управления нововведениями и, следовательно, оказывает основное влияние на ее структуру, функции, методы и средства управления, а также на критерии оценки ее эффективности. В экономической литературе большинство определений данного понятия характеризуют инновационную деятельность. Развернутое определение инновационной деятельности как объекта менеджмента включает два основных аспекта: Во-первых, это процесс поступательного развития науки и техники на основе объективных экономических законов, обусловленный необходимостью постоянного совершенствования производства в результате повышения уровня общественных потребностей. Он предполагает обновление производственной базы путем создания, распространения и практического использования новых научных знаний в хозяйственной практике, направленное на решение проблем комплексного социально-экономического развития общества. Во-вторых, это использование комплекса элементов, составляющих инновационный потенциал производства. Здесь рассматриваются процессы и явления в области эксплуатации высококвалифицированных научных и производственных кадров, выполняющих работы опытного характера на базе широкого использования существующего производственного потенциала, управленческого персонала, а также меры организационного, социального, экономического, правового характера, обеспечивающие реальную заинтересованность работников различных категорий в масштабах и результатах инновационной деятельности в организации.

3 вопрос. Инновационная деятельность есть системная деятельность индивидуумов по созданию и внедрению в общественную практику инноваций, априори предполагающая трансформацию научных значений, идей, открытий и изобретений в продукты, услуги, производственные и управленческие технологии различной степени новизны. Системность означает включение в нее всех функциональных сфер, имеющих место при создании нововведений безотносительно к их целевому назначению и областям приложения. Инновационная деятельность воплощает в себе единство технологических, организационных, управленческих и социальных нововведений, формирующих базу инновационной модели эволюции экономики России. В рамках специальных стратегий претендент может вести ценовую войну, снижать издержки производства, производить престижные товары, расширять ассортимент продукции, разрабатывать новые продукты, совершенствовать каналы распределения, повышать уровень услуг или разворачивать широкую рекламную кампанию. Компании, претендующей на лидерство, необходимо прежде всего определить цели стратегии. Большинство компаний в качестве главной долгосрочной задачи ставит расширение доли рынка. Таким образом, решение о переходе в наступление взаимосвязано с выбором объекта атаки. Наступление на позиции лидера рынка – достаточно рискованная, но потенциально наиболее эффективная стратегия. Прежде всего претенденту необходимо провести исследование нужд потребителей и степени их удовлетворенности. Альтернативная стратегия – захват рыночного сегмента лидера с помощью принципиально нового продукта. Фронтальная атака есть

концентрированный удар основными силами по наиболее укрепленным позициям конкурента. Фланговая атака – наиболее сильные части обороняющейся стороны сосредоточены по фронту на предполагаемых направлениях наступательных ударов. Попытка окружения противника подразумевает ведение наступательных действий сразу на нескольких направлениях: и по фронту, и с фланга, и с тыла, когда атакующая сторона предлагает рынку все то же самое, что и ее оппонент, только немного больше, так чтобы потребитель оказался не в состоянии ответить отказом. Цель обходного маневра – нападение на более доступные рынки, что позволяет расширить ресурсную базу компании. Данная стратегия заключается в диверсификации производства компании, ее рынков и внедрении новых технологий. Стратегия партизанской войны заключается в проведении небольшими силами множества атак по всей занятой противником территории, внезапных деморализующих противника нападений с заранее подготовленных баз с использованием всех видов оружия и методов ведения войны: селективных снижений цен, интенсивных блицкампаний по продвижению товаров и, как исключение, юридических акций. В ходе стремления к эталону предприятия розничной торговли целесообразно использовать следующие стратегии: стратегия престижных товаров; стратегия расширения ассортимента продукции; стратегия инноваций; стратегия инноваций в распределении; интенсивная реклама. Таким образом, в своей деятельности по достижению состояния эталона предприятия ориентируются на маркетинговые стратегии двух групп: инновационные маркетинговые стратегии; маркетинговые стратегии роста и развития.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ

6.1. Семинарское занятие 1 (С-1) Молодёжная сфера как отрасль экономики.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Показатели уровня жизни населения и понятия благосостояния народа. Роль государственного, экономического регулирования молодёжной сферой. Понятие дифференциации доходов. Понятие социальных гарантий. Социальные службы для молодёжи. Проблемы занятости молодёжи.

6.2 Семинарское занятие 2 (С-2) Некоммерческие организации как субъект экономики.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Понятие жизненного цикла развития организации. Теории волнового развития национальной экономики и организации. Понятие персонала организации: структура, классификационные характеристики. Формы и сущность заработной платы.

6.3 Семинарское занятие 3 (С-3) Самозанятость молодёжи как основа её экономического обеспечения.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Региональные программы поддержки малого бизнеса. Координационные органы: сущность, организационная форма, цели и функциональные задачи, участники.

6.4 Семинарское занятие 4 (С-4) Формирование предпринимательской среды.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Характеристика институционально-организационной среды. Внутренняя предпринимательская среда: определение. Подсистемы внутренней предпринимательской среды. Необходимые предпосылки для успешной предпринимательской деятельности.

6.5. Семинарское занятие 5 (С-5) Логика бизнеса: порядок создания, регистрации и ликвидации организации.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты

Достоинства и недостатки каждого типа фирм. Экономические различия между типами фирм. Цели деятельности фирмы. Основные типы целей коммерческих фирм. Преимущества малого бизнеса. Эффективная форма сотрудничества крупного и малого предпринимательства: франчайзинг.

6.6. Семинарское занятие 6 (С- 6) Издержки и прибыль фирмы в условиях конкуренции.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты
Структура общих издержек и различия в изменении сумм постоянных и переменных издержек при изменении объемов производства. Закономерности изменения средних затрат при увеличении масштабов производства. Эффект масштаба. Предельные издержки.

6.7 Семинарское занятие 7 (С-7) Экономические факторы успеха фирмы.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты
Устройства рынка капитала. Кредитный рынок. Рынок облигаций. Государственные инвестиции. Рынок акций. Инвестиции: суть и определение. Классификация инвестиций. Функции инвестиций: на общегосударственном, экономическом и частном уровне.

6.8 Семинарское занятие 8 (С-8) Формирование финансовых результатов фирмы.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты
Факторы, влияющие на величину прибыли. Показатели финансового состояния предприятия. Финансовые коэффициенты. Планирование финансового состояния предприятия.

6.9 Семинарское занятие 9 (С-9) Система планирования деятельности организации.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты
Содержание основных разделов бизнес-плана. Факторы экономического развития предприятия: структура факторов. Механизм управления организацией, как фактор экономического роста. Механизм управления и принципы хозяйственного управления.

6.10 Семинарское занятие 10 (С-10) Инновационный менеджмент: основные понятия.

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты
Новация и инновация. Появление термина «инновация» . Подходы к объяснению инноваций. Классификация инноваций. Инновационный процесс. Факторы, влияющие на развитие инновационных процессов. Процесс создания новшества: стадия исследования, стадия производства и стадия потребления.