



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ  
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Белорусский национальный  
технический университет**

---

**Кафедра «Экономика и организация энергетики»**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ  
И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Практикум**

**Часть 1**

**Минск  
БНТУ  
2017**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
Белорусский национальный технический университет

---

Кафедра «Экономика и организация энергетики»

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Практикум

для студентов направления специальности 1-27 01 01-10  
«Экономика и организация производства (энергетика)»

В 2 частях

Часть 1

*Рекомендовано учебно-методическим объединением по образованию  
в области экономики и организации производства*

Минск  
БНТУ  
2017

УДК 334.72.012.3+346.26(076.5)

ББК 67.404.91я7

Э40

Составители:

*Т. Ф. Манцерова, Е. А. Кравчук, Т. В. Иванова*

Рецензенты:

*Т. Н. Долинина, Е. И. Сапелкина*

Э40 **Экономические** и правовые основы предпринимательской деятельности : практикум для студентов направления специальности 1-27 01 01-10 «Экономика и организации производства (энергетика)» : в 2 ч. Ч. 1. / сост. : Т. Ф. Манцерова, Е. А. Кравчук, Т. В. Иванова. – Минск : БНТУ, 2017. – 49 с.

ISBN 978-985-550-875-6 (Ч. 1).

Практикум подготовлен с целью обучения будущих инженеров-экономистов и привития им практических навыков.

Каждая тема практикума содержит краткий теоретический материал по дисциплине, контрольные вопросы, задачи и другие виды заданий, позволяющие закрепить полученные знания.

УДК 334.72.012.3+346.26(076.5)

ББК 67.404.91я7

ISBN 978-985-550-875-6 (Ч. 1)

ISBN 978-985-550-876-3

© Белорусский национальный  
технический университет, 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

Тема 1. Предпринимательство как особая форма экономической активности .....	4
Тема 2. Условия осуществления предпринимательской деятельности.....	10
Тема 3. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.....	14
Тема 4. Организационно-правовые формы предпринимательства. Соотношение понятий «предприятие», «фирма», «компания», «юридическое лицо».....	20
Тема 5. Организация и регистрация нового предприятия .....	28
Тема 6. Планирование в предпринимательской деятельности.....	38
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	46

## **Тема 1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСОБАЯ ФОРМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ**

Предпринимательство – одна из важнейших составляющих современной экономики. В странах с рыночной экономикой оно получило широкое распространение и составляет подавляющую часть среди всех форм организаций.

Появление и развитие частного предпринимательства на территории Беларуси относится к середине XIX века. Первые мелкие частные мельницы, гончарные мастерские, кирпичные заводы создавались, преимущественно, в сельской местности. Но уже к концу XIX–началу XX века частный капитал занимал прочные позиции в промышленности, транспорте и аграрном секторе.

Свое возрождение белорусское предпринимательство получило, начиная с 1988 г., с принятием Закона «О кооперации в СССР» и Постановления Совета Министров БССР «О мерах по дальнейшему развитию кооперативной и предпринимательской деятельности в республике» от 28 мая 1988 г.

Основной организационно-правовой формой предпринимательской деятельности стали кооперативы, количество которых росло стремительными темпами. Если на начало 1988 г. в Беларуси насчитывалось около двух тысяч кооперативов, то к началу 1990 г. – уже более шести тысяч.

Главная цель развития кооперативного движения – преодоление тотального дефицита и насыщение потребительского рынка. Поэтому, прежде всего, частная инициатива проникла в такие отрасли, как услуги населению, транспорт, производство потребительских товаров и др.

Постановлением Совета Министров БССР от 20 мая 1991 г. № 192 «О малых предприятиях в БССР» впервые были установлены параметры отнесения субъектов хозяйствования к малым формам предпринимательской деятельности. При этом существенно упростилась процедура их регистрации; расшири-

лись возможности выхода на внешний рынок; был предусмотрен ряд льгот в части материально-технического обеспечения. Это существенно расширило правовые и экономические возможности для дальнейшего развития предпринимательской деятельности и формирования частного сектора экономики.

Другими формами разгосударствления экономики в конце 80-х–начале 90-х годов становятся аренда и выкуп государственных предприятий трудовыми коллективами в соответствии с Основами законодательства Союза ССР об аренде и Законом «О собственности в СССР». В результате появляются арендные и народные предприятия, значительная часть которых в последующем преобразуются в акционерные общества.

Таким образом, частная инициативная деятельность постепенно проникает в реальный сектор экономики: наиболее активными сторонниками арендных отношений являются средние по размерам предприятия легкой, деревообрабатывающей, пищевой промышленности.

С 1992 г., с принятием национального законодательства в области приватизации собственности и либерализации цен, начинается новый этап в развитии предпринимательства. Его характерными чертами являются: относительно мягкое государственное регулирование предпринимательской деятельности; высокие темпы роста количества частных предпринимательских структур, усиление их независимости от государственного сектора; развитие рыночной инфраструктуры – бирж, банков, страховых и финансовых компаний. В 1992 г. в целях финансового обеспечения государственной политики поддержки и развития малого предпринимательства создается Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей.

Все это стимулировало стремительное развитие предпринимательской активности. Если на 1 января 1992 г. в республике зарегистрировано 13,5 тыс. предприятий малого бизнеса, то на 1 января 1993 г. их количество вырастает уже до 27 тыс., а к концу 1995 г. – превышает 57 тысяч.

С 1996 г. начинается третий этап в развитии предпринимательства. С одной стороны, наблюдается усиление государственного регулирования, ужесточение требований к субъектам предпринимательской деятельности, что приводит к существенному сокращению количества предпринимательских структур (в основном за счет закрытия зарегистрированных, но фактически не работающих субъектов).

С другой стороны, имеет место формирование и развитие системы государственной поддержки предпринимательства, повышение его роли в экономике страны, усиление взаимодействия государства и бизнеса.

Создается специальный орган государственного управления, основной функцией которого становится развитие предпринимательства, – Министерство предпринимательства и инвестиций. Внедряется практика принятия и реализации республиканских, отраслевых и региональных программ государственной поддержки малого предпринимательства, предусматривающих конкретные меры в области формирования благоприятной правовой среды, оказания финансовой, имущественной, информационной и другой поддержки субъектам малого предпринимательства.

С 1997 г. вводится статистическая отчетность о финансово-хозяйственной деятельности малых предприятий, позволяющая осуществлять регулярный мониторинг процессов в данном секторе. Начинают реализацию первые международные проекты по развитию предпринимательства, в том числе при поддержке Международной финансовой корпорации, Программы развития ООН, Европейского банка реконструкции и развития, Программы международной технической помощи ТАСИС и др.

В период с 1996 по 2006 г. среднегодовые темпы прироста количества субъектов малого предпринимательства составляют более 5 %. Их число к началу 2006 г. превышает 200 тыс., в том числе 33 тыс. малых предприятий и 176 тыс. индивидуальных предпринимателей. Удельный вес занятых в данном секторе превысил 15 % от общего количества занятых в экономике.

С 2006 г. начинается новый этап в развитии предпринимательства – этап его органичной интеграции в систему отношений в целях обеспечения последовательной реализации приоритетных направлений социально-экономического развития страны. Частная инициативная деятельность рассматривается не только как способ обеспечения занятости населения, но и как один из важнейших источников роста.

В 2010 г. принимается Закон Республики Беларусь № 148-З «О поддержке малого и среднего предпринимательства». Данным документом установлены критерии отнесения субъектов к категории малых и средних. Так, к субъектам малого предпринимательства отнесены индивидуальные предприниматели; микроорганизации – коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно; малые организации – коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно. К субъектам среднего предпринимательства отнесены коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

31 декабря 2010 г. принимается Директива Президента Республики Беларусь № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь». Главой государства поставлена задача дальнейшей либерализации экономики, устранения излишнего вмешательства государственных органов в деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, упразднения необоснованных административных барьеров для развития деловой инициативы. Для достижения намеченных целей был принят ряд нормативных правовых документов, существенно улучшающих условия предпринимательской деятельности. По данным исследования Всемирного банка в рейтинге по уровню благоприятности условий для предпринимательской деятельности Беларусь поднялась со 115 места в 2007 г. на 69 в 2012 г.



Результатом принятых мер стал устойчивый рост количества и усиление роли в экономике Беларуси сектора малого предпринимательства и негосударственного сектора в целом.

Государственная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства осуществляется через центры поддержки предпринимательства, инкубаторы малого предпринимательства, Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимательства, организации и учреждения финансовой поддержки, общества взаимного кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства.

Центр поддержки предпринимательства оказывает помощь субъектам предпринимательства информационного и организационного характера, организывает ярмарки, выставки продукции предпринимательства, помогает продвигать товары на товарном рынке РБ, проводит маркетинговые исследования. Центры бывают универсальные и специальные.

***Инкубаторы малого предпринимательства*** – коммерческая организация, имеющая в собственности, хозяйственном ведении, оперативном управлении имущество, оборудованное под офисы, которое предоставляет во временное пользование субъектам малого и среднего предпринимательства. Офисы предоставляются тем субъектам, у которых срок регистрации не более трех лет. Не предоставляются офисы организациям, которые занимаются лотерейной и страховой деятельностью, игорным бизнесом. Регистрирует инкубаторы Министерство экономики.

Учреждения финансовой поддержки предпринимательства являются некоммерческими организациями, целью деятельности которых является содействие государственной политике по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства путем использования финансовых ресурсов. Данные учреждения предоставляют:

– денежные средства субъектам на условиях возвратности, платности;

- имущество на основании договора лизинга;
- субсидии.

**Общества взаимного кредитования** – некоммерческие организации, создаваемые в форме потребительского кооператива с не менее чем 10 участниками. Они должны быть субъектами малого и среднего бизнеса для объединения паевых взносов в целях оказания временной финансовой помощи.

Для превращения малого бизнеса в действенный фактор структурной перестройки экономики, внедрения прогрессивных форм организации производства и повышения его эффективности необходим комплексный системный подход к вопросу его стимулирования и поддержки. Суть данного подхода заключается в постановке главной цели развития МСП, определении целей более низкого уровня, выработке системы мер и механизмов по их достижению, а также в формировании индикаторов оценки полученных результатов.

### **Контрольные вопросы**

1. Сущность и схема предпринимательской деятельности.
2. Характеристика основных форм предпринимательства.
3. Условия функционирования предпринимательской деятельности.

### **Темы рефератов**

1. Формирование инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь.
2. Повышение общественной значимости частного бизнеса.
3. Создание и развитие кластеров.

## Тема 2. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Любое предпринимательское предприятие работает как открытая система. В процессе получения ресурсов со стороны, проектирования и производства продукции или оказания услуг, реализации этой продукции или услуг во внешнюю среду предприятие активно взаимодействует с этой средой, а также с внутренней. Это и есть предпринимательский процесс, направленный на достижение целей предприятия.

Внешняя среда предприятия – это совокупность экономических, политических, правовых, научных и технических, коммуникационных, природно-географических и других условий и факторов, прямо или косвенно воздействующих на деятельность предпринимательского предприятия.

Не меньше на деятельность предпринимательского предприятия влияют и составляющие внутренней среды предприятия: производственно-технические факторы, социальные условия и их составляющие, информационная составляющая; маркетинговый фактор, фактор деловых отношений и поведения сотрудников.

Наличие идеи, реальной для начала предпринимательской деятельности, – основной фактор, условие производства.

**Предпринимательская идея** – это отражение в сознании предпринимателя присущего потребителю желания иметь тот или иной товар, который будет произведен предпринимателем. Таким образом, идея – это четкое представление о том, как и путем каких конкретных действий предпринимателя потребность потенциального покупателя может быть удовлетворена.

Общая схема предпринимательской деятельности:

1. Зарождение предпринимательской идеи.
2. Первая экспертная оценка идеи.
3. Получение рыночной информации (выявление соотношения между спросом и предложением, определение цены).
4. Расчеты затрат на осуществление идеи.

5. Экспертная оценка третьего и четвертого этапа.

6. Принятие предпринимательского решения. Подготовка к практической реализации идеи.

Предпринимательская идея имеет две особенности:

– без ее наличия предпринимательская деятельность вообще не возможна;

– любой функционирующий предприниматель в своей деятельности не может избежать процесса накопления, отбора и сравнительного анализа предпринимательских идей.

Реализация принятой идеи также состоит из нескольких этапов:

1. Бизнес-планирование, сущность которого состоит в детальном изложении и точных расчетах реализации проекта.

2. Привлечение заемных денежных средств и партнеров (участников).

3. Государственная регистрация собственной фирмы (предприятия), если она создается впервые.

Реализация предпринимательской идеи считается успешной, если достигнут (или почти достигнут) результат, планируемый в начале реализации предпринимательской идеи.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием *инновационного момента*, будь то производство нового товара, смена профиля деятельности или основание нового предприятия.

***Инновационное предпринимательство*** – это особый новаторский процесс создания чего-то нового, процесс хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации. Оно связано с готовностью предпринимателя брать на себя весь риск по осуществлению нового проекта или улучшению существующего, а также возникающую финансовую, моральную и социальную ответственность.

Первый вид инновационного предпринимательства – инновация продукции – представляет собой процесс обновления

сбытового потенциала предприятия, обеспечивающий выживаемость фирмы, увеличение объема получаемой прибыли, расширение доли на рынке, сохранение клиентуры, укрепление независимого положения, повышение престижа, создание новых рабочих мест и т. д.

Второй вид – инновация технологии – это процесс обновления производственного потенциала, направленный на повышение производительности труда и экономию энергии, сырья и других ресурсов, что в свою очередь дает возможность увеличения объема прибыли фирмы, усовершенствования техники безопасности, проведения мероприятий по защите окружающей среды, эффективного использования внутрифирменных информационных систем.

Третий вид инновационного предпринимательства – социальные инновации – представляет собой общий процесс планомерного улучшения гуманитарной сферы предприятия. Применение инноваций такого рода расширяет возможности на рынке рабочей силы, мобилизует персонал предприятия на достижение поставленных целей, укрепляет доверие к социальным обязательствам предприятия перед сотрудниками и обществом в целом.

На основе способа организации инновационного процесса в фирме можно выделить три модели инновационного предпринимательства:

– на основе внутренней организации, когда инновация создается и (или) осваивается внутри фирмы ее специализированными подразделениями на базе планирования и мониторинга их взаимодействия по инновационному проекту;

– основе внешней организации при помощи контрактов, когда заказ на создание и (или) освоение инновации размещается между сторонними организациями;

– основе внешней организации при помощи венчуров, когда фирма для реализации инновационного проекта учреждает дочерние венчурные фирмы, привлекающие дополнительные сторонние средства.

Одной из основополагающих задач организации работы субъекта предпринимательства является финансирование. **Финансирование** – процесс обеспечения субъекта предпринимательской деятельности различными ресурсами и, в первую очередь, инвестиционными, в состав которых входят не только денежные средства, но и выражаемые в денежном эквиваленте прочие инвестиции, в том числе:

- основные и оборотные средства;
- имущественные права и нематериальные активы;
- кредиты, займы, залоги;
- денежный капитал;
- права землепользования и др.

Финансирование предпринимательства и его проектов может осуществляться с помощью:

- самофинансирования – использования собственных средств в качестве источника финансирования;
- привлечения средств со стороны – временного вовлечения в оборот средств, не принадлежащих субъекту предпринимательства;
- неденежных видов финансирования.

Таким образом, предпринимательский капитал складывается из собственных и заемных средств. Основным элементом предпринимательского капитала является собственный капитал, источниками которого являются:

- первоначальный капитал – уставный фонд;
- накопленный капитал;
- прочие взносы юридических и физических лиц (средства, получаемые от эмиссии акций, паевых и иных взносов юридических и физических лиц в уставный капитал; целевое финансирование, пожертвования, благотворительные взносы и др.).

К основным источникам заемных средств относятся:

- кредит – предоставление денежных средств во временное пользование на условиях возвратности, срочности и платности;
- все виды кредиторской задолженности.

В последнее время все шире используются неденежные виды финансирования, среди которых чаще всего используются факторинг, франчайзинг, траст, лизинг.

### **Контрольные вопросы**

1. Способы активизации инвестиционной деятельности малых и средних предприятий.
2. Факторы, воздействующие на принятие решения об инвестировании.
3. Роль менеджмента в предпринимательской деятельности.

### **Темы рефератов**

1. Основные пути развития инноваций в отечественной экономике.
2. Главные аспекты организационно-технологической подготовки производства к освоению новшеств.
3. Использование неденежных видов финансирования предпринимательской деятельности.

## **Тема 3. СУБЪЕКТЫ И ОБЪЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Чтобы успешно выполнять свои функции, предприниматель должен обладать:

1. Высокой общеобразовательной и профессиональной подготовкой.
2. Отраслевым опытом, причем особенно ценны знания отрасли, приобретенные непосредственно перед созданием нового предприятия.
3. Опытном руководящей работы, ведь приобретенные ранее качества и проверенные способности делают начинающего предпринимателя более подготовленным в отношении раз-

нообразных задач, появляющихся при учреждении нового предприятия.

4. Опыт участия в создании предприятий, который позволяет быстрее распознать и оценить трудности раннего этапа работы, преодолеть или даже избежать их.

5. Во всех областях хозяйственного и профессионального общения с людьми для достижения успеха большое значение имеет наличие высокой социальной компетенции. Ее основными составляющими являются коммуникационные способности, контактность, готовность и умение разрешать конфликты, внимание к партнеру, чувство ответственности, эмоциональная устойчивость, мотивационные способности, стремление обучаться, способность к самоанализу, чувство справедливости. Обладая этими качествами, начинающий предприниматель, как правило, оказывается на уровне встающих перед ним задач.

Для эффективного развития бизнеса предпринимателю необходима информация о покупателях, товарах, конкурентах и конъюнктуре рынка.

***Информационное обеспечение предпринимательской деятельности*** – система сбора, обработки данных, которая позволяет изучать ситуацию на рынке товаров и услуг, изменять влияние определяющих факторов, выявлять возможности управления.

Получение коммерческой информации возможно с помощью первичных и вторичных данных.

*Первичные данные* коммерческой информации – результат маркетинговых исследований (наблюдений, опросов и др.) и устных бесед со специалистами в процессе деловых контактов и переговоров. *Вторичные данные* собираются из внешних и внутренних источников. Такие сведения носят статистический, справочный, обзорный, аналитический и прогнозный характер.

*Внутренние источники* вторичной информации – бухгалтерская, статистическая отчетность предприятия, данные опе-



ративного учета. *Внешние источники* вторичной информации – сведения об изменениях на рынке: данные государственной статистики, сведения из периодической печати, платная информация коммерческих исследований.

Обладание определенной информацией о рынках, ресурсах, достижениях дает предпринимателю конкурентное преимущество и гарантирует успех в бизнесе.

Предпринимательская деятельность характеризуется как инициативная деятельность. Она будет эффективной, если предприниматель постоянно работает над улучшением процесса работы, разрабатывает и рассматривает новые схемы работы, внедряет их в жизнь, то есть если предприниматель является новатором.

Под *новаторскими идеями* принято понимать изобретения, рационализаторские предложения, ноу-хау и др.

В настоящее время разработана система защиты авторского права на различные изобретения:

- получение патента на промышленный образец;
- регистрацию товарного знака;
- сертификацию продукции и услуг.

Предприятие в целом, как и любые виды его деятельности, имеет определенный жизненный цикл. Это обусловлено изменениями во внутренней и внешней среде. Чем быстрее происходят эти изменения, тем короче продолжительность жизненного цикла и его отдельных стадий.

*Жизненный цикл продукции* – одна из наиболее распространенных моделей, применяемых для анализа последовательных стадий в развитии деловой активности производства какого-либо вида товара или услуги. Обычно он представляется в виде кривой продаж, рассматриваемой на временном отрезке, охватывающем период от запуска изделия в производство до его «ухода» с рынка. Жизненный цикл продукции подразделяется на четыре этапа (рис. 3.1).

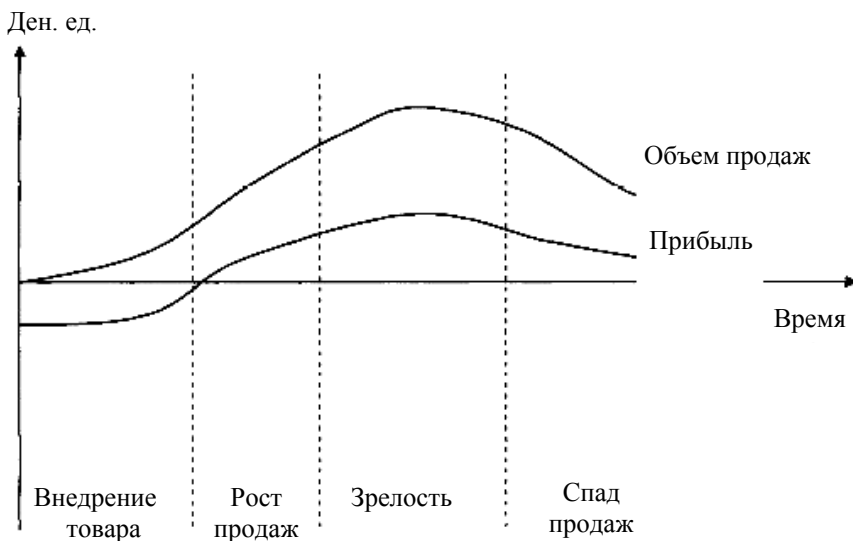


Рис. 3.1. Жизненный цикл товара

1. Этап внедрения на рынок – период медленного роста сбыта по мере выхода товара на рынок. В связи с большими затратами по выведению товара на рынок прибыли на этом этапе нет.

2. Этап роста – период быстрого восприятия товара рынком и роста прибылей.

3. Этап зрелости – период замедления темпов сбыта в связи с тем, что товар воспринят большинством потенциальных покупателей. Прибыли стабилизируются или снижаются в связи с ростом затрат на защиту товара от конкурентов.

4. Этап спада – период, характеризующийся резким падением сбыта и снижением прибыли. Падение идет до тех пор, пока продукцию не снимут с производства. Далее в производство может быть запущен прежний товар, но с улучшенными качествами, или совершенно новый.

С помощью кривой жизненного цикла продукции можно прогнозировать ситуацию и положение предприятия на рынке.

Для предприятия очень важно уловить этап спада, потому что в этот период снижается рентабельность деятельности сегодня и ослабляются позиции на завтра. Поэтому, прежде всего, необходимо выявить товары, вступившие в данную стадию. Это можно сделать путем регулярного анализа показателей их сбыта, доли на рынке, уровня издержек и рентабельности.

В отношении каждого вида товара руководство предприятия должно принять решение либо о продолжении, либо о прекращении их выпуска.

В случае решения о продолжении выпуска товара усилия направляются на поиск способов модификации рынка, товара и комплекса маркетинга. Модификация рынка осуществляется за счет поиска новых потребителей и сегментов рынка. Одновременно изыскиваются способы стимулирования более интенсивного потребления товара прежними клиентами. Модификация товара включает улучшение его качества, придание новых свойств и большей привлекательности.

Каждый, кто организует свое дело, должен обращать внимание на ошибки других и стараться учиться на них. Существуют некоторые условия, выполнение которых помогает сохранить предприятие и уменьшить риск развала:

- избегать излишнего оптимизма тогда, когда кажется, что дело преуспевает;
- разрабатывать качественные планы по маркетингу с четкими целями;
- делать обоснованные прогнозы по наличности;
- идти в ногу с рынком;
- выявлять критические моменты, которые могут быть угрозой для предприятия.

**Задача 1.** Белорусское предприятие экспортирует продукцию, которая находится на стадии зрелости жизненного цикла и является лидером на этом сегменте рынка, но испытывает возрастающее ценовое давление со стороны местных производителей такой же продукции.

Показатель	Исходная ситуация	Согласно планируемой стратегии
Цена, долл./шт.	1,8	1,6
Общая емкость рынка, шт./год	250 000	250 000
Доля фирмы на рынке, %	60	70
Себестоимость единицы товара, долл./шт.	1,4	1,4
Удельный вес переменных затрат в себестоимости, %	80	80
Постоянные затраты, долл.	80 000	80 000
Коэффициент эластичности спроса по цене	1,5	1,5

1. Рассчитайте экономические показатели, которые позволяют оценивать реализацию этой ценовой стратегии: изменение размера выручки от реализации продукции и размера годовой прибыли предприятия.

2. Одобрит ли руководство предприятия такую стратегию и почему?

3. Какие прогнозы относительно изменения доли рынка можно сделать и от каких факторов зависит это изменение в данных условиях?

**Задача 2.** Реализуя свою продукцию, фирма ориентируется на один из сегментов рынка. В прошлый период объем продаж составил 5 млн ед. продукции при емкости рынка в этом сегменте 8,5 млн ед. Предполагается, что в текущем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 14 %, а доля фирмы – на 5 %. Определите объем продаж фирмы в текущем году при указанных выше условиях.

### Темы рефератов

1. Формы реализации мероприятий маркетинга в зависимости от стадии жизненного цикла.

2. Мероприятия инновационного маркетинга, необходимые для успешной коммерциализации новшеств.
3. Система авторского права.

#### **Тема 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ «ПРЕДПРИЯТИЕ», «ФИРМА», «КОМПАНИЯ», «ЮРИДИЧЕСКОЕ ЛИЦО»**

*Предприятием* как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. В состав предприятия как имущественного комплекса входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, капитальные строения (здания, сооружения), незавершенные законсервированные капитальные строения, изолированные помещения, машино-места, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания), и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законодательством или договором (ст. 132 Гражданского кодекса Республики Беларусь – далее ГК).

*Компания* – торговое или промышленное предприятие. Компании имеют статус юридического лица.

*Фирма* – это единица предпринимательской деятельности, оформленная юридически и реализующая собственные интересы посредством производства и продажи товаров и услуг с использованием различных факторов производства. Понятие «фирма» и «предприятие» идентичны, если предприятие является самостоятельным юридическим лицом, реализующим свои экономические интересы.

Для обозначения предприятия (организации) в праве используется понятие «юридическое лицо».

## **Понятие и признаки предприятия (юридического лица), его название, выбор организационно-правовой формы**

Согласно ст. 44 ГК *юридическим лицом* признается предприятие (организация), имеющее в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несущее самостоятельную ответственность по своим обязательствам, имеющее возможность от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, прошедшее в установленном порядке государственную регистрацию в качестве юридического лица либо признанное таковым законодательным актом.

Признаки юридического лица:

- наличие государственной регистрации;
- учредительных документов (устава либо учредительного договора);
- фирменного наименования;
- юридического адреса;
- ведение бухгалтерского учета;
- внутренней структуры организации;
- органов управления;
- имущественной обособленности (учет имущества на самостоятельном балансе либо по смете);
- самостоятельная гражданско-правовая ответственность (возможность обращения кредиторами взыскания на имущество юридического лица);
- выступление в гражданском обороте и судебных органах от своего имени.

Юридическое лицо должно иметь наименование на белорусском и русском языках, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименование юридического лица должно быть согласовано в установленном законодательством порядке до подачи в регистрирующий орган документов для государственной регистрации. Наименования, которые

уже зарегистрированы в базе данных Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, не могут быть согласованы. Наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму (например, «Общество с ограниченной ответственностью»).

В Республике Беларусь возможно создание коммерческого предприятия в форме:

- хозяйственных обществ: общества с ограниченной ответственностью (ООО), общества с дополнительной ответственностью (ОДО), открытого акционерного общества (ОАО), закрытого акционерного общества (ЗАО);
- унитарного предприятия;
- производственного кооператива;
- крестьянского (фермерского) хозяйства;
- хозяйственных товариществ (полных и коммандитных).

### **Факторы, воздействующие на принятие решения о выборе организационно-правовой формы предприятия**

Принимая решение о выборе организационно-правовой формы, предприниматель, во-первых, определяет требуемый уровень и объем возможных прав и обязательств в зависимости от профиля и содержания будущей предпринимательской деятельности, круга партнеров, существующего законодательства. Предприниматель планирует осуществлять ряд разовых деловых проектов или его идея сводится к долговременному повторению одного и того же производственного цикла. В одних случаях предпринимательская идея может осуществляться изолированно от обязательных партнерских связей, без тесной кооперации с партнерами в процессе производства (к примеру, организация консультационной фирмы), в других – такая кооперация необходима (например, при производстве конфет или аппаратуры).

Выбор наиболее целесообразной (с точки зрения предпринимателя) формы организации деятельности следует соотно-

связь с возможностями, которые предоставляет действующее законодательство, особенно при решении о зарубежном инвестировании. При рассмотрении этих проблем предприниматель принимает решение о правовом статусе учреждаемой организации. Говоря о типе организаций, сначала подразумевается способ принятия решений, а затем – форма собственности. Согласно этому критерию выделяют два типа организаций: *самоуправляющиеся* – производственные структуры, в которых решения, касающиеся деятельности организации, принимаются на коллективной основе. В состав правления организации входят представители коллектива работающих. Такой тип организаций характерен для скандинавских стран. *Предпринимательские* организации – производственные структуры, в которых предприниматель берет на себя функцию единоличного принятия решений.

### **Необходимый уровень и объем прав и обязательств. Круг партнерских связей**

С учетом факторов, воздействующих на выбор организационно-правовой формы предприятия, предприниматель может определять необходимый уровень и объем возможных прав и обязанностей в зависимости от поставленных целей и задач, решать вопрос о порядке создания уставного фонда предприятия (организации), выбирать форму организационного построения предприятия и схему управления им, согласовывать выбор с требованиями предпринимательского права (правовой основы предпринимательства). Для участия в предпринимательской деятельности субъекты должны обладать необходимым уровнем прав и обязанностей. Способность иметь гражданские права и обязанности называется *правоспособностью*. Способность своими действиями их реализовывать называется *дееспособностью*, способность нести ответственность – *деликтоспособностью*. У юридических лиц данные характеристики называются *правосубъектностью* (возникает с мо-



мента регистрации юридического лица). Дееспособность индивидуальных предпринимателей возникает с момента достижения ими 18-летнего возраста по общему правилу.

На фоне традиционного маркетинга приоритетным направлением развития предприятия становится использование *маркетинга партнерских отношений* – это непрерывный процесс определения и создания новых потребительских ценностей вместе с покупателями, а затем объединенного получения и распределения выгоды от этой деятельности между партнерами.

Обобщенно всех субъектов маркетинга партнерских отношений можно разделить на три комплексные группы:

- прямые партнерские отношения. К этой группе относятся бизнес-единицы, с которыми предприятие непосредственно строит партнерские отношения, которые заключаются во взаимовыгодном сотрудничестве;

- опосредованные партнерские отношения позволяют создать условия доверия в жизнедеятельности производителя;

- акционеры, руководство и персонал предприятия – неотъемлемые участники практической реализации концепции маркетинга отношений.

### **Формирование уставного фонда**

При создании организации формируется ее уставный фонд. Коммерческие организации самостоятельно определяют размеры уставных фондов, за исключением коммерческих организаций с иностранными инвестициями и инвестициями акционерных обществ. Минимальный размер уставного фонда устанавливается в сумме, эквивалентной 100 базовым величинам – для закрытых акционерных обществ; 400 – для открытых. Минимальные размеры уставных фондов определяются в белорусских рублях, исходя из размера базовой величины, установленного на день, в который документы представляются в регистрирующий орган. Требования к определению размера и срокам формирования уставного фонда коммерческих

организаций с иностранными инвестициями устанавливаются Законом Республики Беларусь «Об инвестициях».

Вкладом в уставный фонд коммерческой организации могут быть вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права либо иные отчуждаемые права, имеющие денежную оценку. При внесении денежного вклада в уставный фонд юридического лица проведение оценки его стоимости является обязательным.

### **Организационная структура управления предприятием**

Для различных организаций характерны различные виды структур управления. Однако обычно выделяют несколько универсальных видов организационных структур управления таких, как линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная, матричная. Иногда внутри единой компании (как правило, это крупный бизнес) происходит выделение обособленных подразделений так называемая *департаментализация*. Тогда создаваемая структура будет дивизиональной. При этом необходимо помнить, что выбор структуры управления зависит от стратегических планов организации.

### **Предпринимательское право.**

#### **Законодательство о предпринимательской деятельности**

*Предпринимательское право* – система юридических норм, регулирующих общественные отношения, где одной из сторон или обеими сторонами выступают предприниматели.

Отношения, складывающиеся в сфере предпринимательской деятельности, регулируются системой нормативных актов (источники права). Источники предпринимательского права образуют иерархическую ступенчатую систему, строящуюся по юридической силе нормативных правовых актов: Конституция Республики Беларусь, ратифицированные Республикой Беларусь международно-правовые акты, кодексы (например, Граж-

данский кодекс), законы (например, Закон Республики Беларусь «О хозяйственных обществах»), декреты, указы Президента (например, Декрет Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования»), подзаконные акты (например, Постановления Совета Министров Республики Беларусь), локальные нормативные правовые акты субъектов хозяйствования (уставы, договоры, правила).

### **Индивидуальное и коллективное предпринимательство**

Предпринимательская деятельность может осуществляться в виде индивидуальной трудовой деятельности, а также в различных организационно-правовых формах предприятий (юридических лиц). Это означает, что в качестве субъектов предпринимательства могут выступать как физические, так и юридические лица.

В Республике Беларусь допускаются следующие формы предпринимательской деятельности: индивидуальная и коллективная. *Индивидуальное* предпринимательство осуществляется субъектами предпринимательства на основе своей собственности или имущества, полученного и используемого на законном основании. *Коллективное* предпринимательство осуществляется на основе объединения капиталов, нескольких физических и (или) юридических лиц.

### **Организационно-правовые формы предприятий**

Юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму:

- хозяйственные товарищества (полные, коммандитные);
- хозяйственные общества (общества с дополнительной ответственностью, общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества);
- производственные кооперативы;

- унитарные предприятия (частные, республиканские, коммунальные, казенные);
- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- объединения и др.

### **Контрольные вопросы**

1. Понятие и признаки предприятия. Соотношение с понятиями «фирма», «компания», «юридическое лицо».
2. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия.
3. Порядок формирования уставного фонда юридического лица.
4. Организационная структура управления предприятием.
5. Виды партнерских связей.
6. Понятие предпринимательского права. Законодательство о предпринимательской деятельности.
7. Индивидуальное и коллективное предпринимательство.
8. Организационно-правовые формы предприятий.

### **Темы рефератов**

1. Понятие и признаки юридического лица.
2. Характеристика отдельных организационно-правовых форм юридических лиц:
  - 2.1. Хозяйственные общества.
  - 2.2. Хозяйственные товарищества.
  - 2.3. Производственные кооперативы.
  - 2.4. Унитарные предприятия.
  - 2.5. Крестьянские (фермерские) хозяйства.
3. Выбор организационно-правовой формы предприятия.
4. Понятие и виды партнерских связей.

## Тема 5. ОРГАНИЗАЦИЯ И РЕГИСТРАЦИЯ НОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

### Понятие индивидуального предпринимательства

Индивидуальная предпринимательская деятельность осуществляется физическим лицом без образования юридического лица, зарегистрированная в установленном порядке. Лицо, осуществляющее такую деятельность, называется *индивидуальным предпринимателем*. Преимущества индивидуального предпринимательства:

- простота учреждения;
- значительная свобода действия;
- существенные стимулы к трудовой деятельности;
- незначительная госпошлина при регистрации;
- упрощенный порядок ведения учета;
- несложная система уплаты налогов в бюджет;
- меньшая сумма выплачиваемых налогов, сборов и отчислений;
- отсутствие минимального размера уставного фонда при регистрации.

### Этапы приобретения статуса индивидуального предпринимателя

Для приобретения статуса индивидуального предпринимателя необходимо, чтобы гражданин обладал гражданской правоспособностью (способностью иметь гражданские права и обязанности) и дееспособностью (способностью реализовывать своими действиями гражданские права и обязанности).

Субъектами предпринимательства являются физические лица, не ограниченные в правах в порядке, определяемом законодательными актами Республики Беларусь, в том числе иностранные граждане и лица без гражданства в пределах прав

и обязанностей, предусмотренных действующим законодательством Республики Беларусь.

Гражданин приобретает дееспособность в полном объеме при достижении 18-летнего возраста (если только впоследствии дееспособность не будет ограничена либо снята полностью в судебном порядке). Согласно ст. 26 ГК несовершеннолетний, достигший шестнадцати лет, может с согласия родителей, усыновителей или попечителя заниматься предпринимательской деятельностью. Некоторым категориям граждан заниматься предпринимательской деятельностью запрещено: должностным лицам и специалистам, работающим в органах государственной власти и управления, прокуратуры и судах, ст. 22 Закона от 14 июня 2003 г. (ред. от 02 июня 2009 г.) «О государственной службе в Республике Беларусь».

### **Государственная регистрация индивидуальных предпринимателей**

Государственная регистрация индивидуального предпринимателя производится исполнительными комитетами районных, городских, районных в городах Советов депутатов по месту жительства (регистрации) предпринимателя. Для государственной регистрации индивидуального предпринимателя в регистрирующий орган предоставляются:

- заявление о государственной регистрации;
- фотография гражданина, обратившегося за государственной регистрацией;
- документы, подтверждающие квалификацию предпринимателя, если его деятельность может представлять угрозу жизни и здоровью людей или окружающей среде;
- оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины (0,5 базовой величины);
- документ, удостоверяющий личность (лично).

Индивидуальный предприниматель считается зарегистрированным с дня подачи документов, представленных для госу-

дарственной регистрации, и внесения записи о его государственной регистрации в Единый государственный реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Документом, подтверждающим факт государственной регистрации предпринимателя, является Свидетельство о государственной регистрации индивидуального предпринимателя. Для занятия предпринимательской деятельностью в качестве индивидуального предпринимателя гражданин вправе привлекать не более трех физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам, в том числе заключаемым с юридическими лицами; использовать для предпринимательской деятельности неограниченное количество торговых объектов.

### **Банкротство (экономическая несостоятельность) индивидуального предпринимателя**

*Экономическая несостоятельность* – неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением экономического суда об экономической несостоятельности с санацией должника (решение о санации).

*Банкротство* – неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением экономического суда о банкротстве с ликвидацией должника – юридического лица, прекращением деятельности должника – индивидуального предпринимателя (решение об открытии ликвидационного производства).

Согласно ст. 24 ГК индивидуальный предприниматель, который не в состоянии удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, связанным с осуществлением им предпринимательской деятельности, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в течение шести месяцев с даты, когда они должны быть исполнены, или имеющий задолженность в сумме сто и более базовых величин, может быть признан экономически несостоятельным (банкротом) в судебном порядке.

Дела об экономической несостоятельности (банкротстве) (далее – дело о банкротстве) должников – юридических лиц и индивидуальных предпринимателей – рассматриваются экономическими судами по правилам, определенным Хозяйственным процессуальным кодексом Республики Беларусь и Законом Республики Беларусь «Об экономической несостоятельности (банкротстве)». С момента вступления в силу решения суда утрачивает силу его регистрация в качестве индивидуального предпринимателя. Согласно ст. 237 Закона Республики Беларусь «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» право на подачу в экономический суд заявления о банкротстве индивидуального предпринимателя имеет должник.

### **Создание собственного дела в форме юридического лица**

К субъектам предпринимательства относятся юридические лица, которым законодательством предоставлено право заниматься предпринимательской деятельностью.

Создание собственного дела в определенной организационно-правовой форме предполагает наличие следующих предпосылок:

- наличие имущества для формирования уставного фонда;
- наличие нежилых помещений, необходимых для размещения офиса будущей организации;
- предварительное изучение предполагаемого рынка;
- формирование команды квалифицированных учредителей собственного дела.

Принципы создания собственного дела:

- выявление потребностей потребителей;
- производство товаров с низкими издержками;
- учет поведения конкурентов, покупательского спроса потребителей, уровня насыщенности рынка аналогичными товарами, услугами при формировании цены.



## Государственная регистрация юридического лица

Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту его нахождения (по месту юридического адреса) следующими регистрирующими органами:

- Национальным банком – банками и небанковскими кредитно-финансовыми организациями, в том числе с иностранными инвестициями и в свободных экономических зонах;

- Министерством финансов – страховыми организациями, страховыми брокерами, объединениями страховщиков, в том числе с иностранными инвестициями и в свободных экономических зонах;

- Министерством юстиции – торгово-промышленными палатами;

- администрациями свободных экономических зон – коммерческими и некоммерческими организациями, в том числе коммерческими организациями с иностранными инвестициями, индивидуальными предпринимателями в свободных экономических зонах;

- облисполкомами и Минским горисполкомом – коммерческими организациями с иностранными инвестициями;

- облисполкомами, горисполкомами (Брестским, Витебским, Гомельским, Гродненским, Минским, Могилевским) – другими субъектами хозяйствования. Облисполкомы вправе делегировать часть своих полномочий по государственной регистрации субъектов хозяйствования другим местным исполнительным и распорядительным органам, а горисполкомы – ответствующим администрациям районов в городах.

Юридическое лицо должно иметь наименование на белорусском и русском языке, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименование юридического лица должно быть согласовано в установленном законодательством порядке до подачи в регистрирующий орган документов для государственной регистрации.

Юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации и подлежит перерегистрации в случаях, предусмотренных законодательными актами.

Для государственной регистрации организаций в регистрирующий орган представляются:

- заявление о государственной регистрации;
- устав (учредительный договор – для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора) в двух экземплярах без нотариального засвидетельствования, его электронная копия (в формате .doc или .rtf);
- оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины.

В день подачи документов, представленных для государственной регистрации, уполномоченный сотрудник регистрирующего органа:

- ставит на учредительных документах юридического лица штамп, свидетельствующий о проведении государственной регистрации;
- выдает один экземпляр учредительных документов лицу, его представившему;
- вносит в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей запись о государственной регистрации субъекта хозяйствования.

Постановка юридических лиц, информация о государственной регистрации которых получена из регистрирующего органа в соответствии с принципом «одного окна», на учет в налоговом органе осуществляется на основании информационной карты регистрирующего органа и не требует какого-либо участия плательщика. Извещение о присвоении учетного номера плательщика (УНП) выдается ему регистрирующим органом. Постановка иных юридических лиц осуществляется на основании заявления по месту нахождения юридического лица не позднее десяти рабочих дней со дня получения свидетельства о государственной регистрации. Юридическому лицу присваивается учетный номер налогоплательщика.

Признаком юридического лица является наличие банковского счета, позволяющего фиксировать движение денежных средств. Основанием открытия банковского счета юридического лица является договор банковского счета. Законодательство допускает открытие двух и более текущих (расчетных) счетов. Помимо расчетного счета в белорусских рублях могут открываться текущие счета в иностранной валюте в случае заключения экспортно-импортных сделок. Особенностью валютной выручки является то, что 30 % суммы выручки в иностранной валюте подлежит обязательной продаже согласно действующему законодательству.

### **Лицензирование отдельных видов деятельности**

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 1 сентября 2010 г. № 450 «О лицензировании отдельных видов деятельности» в интересах национальной безопасности, общественного порядка, защиты прав и свобод, нравственности, здоровья населения, охраны окружающей среды право на осуществление юридическими и физическими лицами отдельных видов деятельности, определенных указом может быть реализовано после получения в установленном порядке специальных разрешений (лицензий).

**Лицензирование** – комплекс реализуемых государством мер, связанных с выдачей лицензий, их дубликатов, внесении изменений и (или) дополнений в лицензии, приостановлением, возобновлением, продлением срока действия лицензий, прекращением их действия, контролем за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий. **Лицензия** – специальное разрешение на осуществление вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом соискателю лицензии.

Лицензия выдается на конкретный вид деятельности (с указанием работ и услуг, составляющих этот вид деятельности) и действует на всей территории Республики Беларусь или ее части в соответствии с законодательством бессрочно. Осуществление лицензиатом не указанных в лицензии работ и услуг, составляющих лицензируемый вид деятельности, является незаконным.

Для получения лицензии соискатель представляет в соответствующий лицензирующий орган:

- заявление о выдаче лицензии;
- копии учредительных документов юридического лица, документа, подтверждающего государственную регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, без нотариального засвидетельствования;
- документ об уплате государственной пошлины за выдачу лицензии (8 базовых величин).

### **Разработка и регистрация товарного знака**

В ст. 1 Закона Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» дано следующее определение товарного знака и знака обслуживания: «**Товарный знак и знак обслуживания** – обозначение, способствующее отличию товаров и услуг одних юридических или физических лиц от однородных товаров или услуг других юридических или физических лиц». В качестве товарных знаков регистрируются обозначения, которые могут быть представлены в графической форме: словесные, буквенные, цифровые, изобразительные, трехмерные, включая форму товара или его упаковку, другие обозначения и их комбинации. Товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании.

Заявка на регистрацию товарного знака (знака обслуживания) подается юридическим или физическим лицом в патентный орган (Национальный центр интеллектуальной собственности Республики Беларусь) самостоятельно или через па-

тентного поверенного. Заявка должна относиться к одному товарному знаку и содержать:

- заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака с указанием заявителя, а также места его нахождения или места жительства;

- заявляемое обозначение;

- перечень товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация сгруппированных по классам Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков.

- документ, подтверждающий уплату пошлины в установленном размере;

- документ, удостоверяющий полномочия патентного поверенного, если через такового подается заявка.

По результатам экспертизы выносится решение о регистрации товарного знака или об отказе в его регистрации.

### **Применение субъектами предпринимательства контрольно-кассовой техники**

Юридические лица, принимающие денежные средства при реализации продукции (товаров, работ, услуг) за наличный расчет на территории Республики Беларусь с использованием кассовых суммирующих аппаратов и компьютерных систем, должны руководствоваться действующим законодательством. Для приема денежных средств разрешается применять кассовые аппараты, включенные в Государственный реестр кассовых суммирующих аппаратов и компьютерных систем, используемых на территории Республики Беларусь, зарегистрированные в государственной налоговой инспекции по месту нахождения владельца кассового аппарата. Он должен иметь заводской номер. По месту установки и использования кассового аппарата должен находиться его паспорт. Юридические лица, применяющие кассовые аппараты, обязаны устанавливать их в местах, доступных для визуального просмотра покупателями, и для подтверждения совершенной покупки (про-

дажи) выдавать потребителям кассовые чеки. Кассовые суммирующие аппараты, билетопечатающие машины и таксометры регистрируются в налоговом органе.

Согласно нормам законодательства юридические лица и индивидуальные предприниматели обязаны обеспечить наличие платежных терминалов, обеспечивающих в том числе прием к оплате банковских платежных карточек международных платежных систем Visa и MasterCard, внутренней платежной системы «БЕЛКАРТ», эмиссию которых осуществляют банки Республики Беларусь, в объектах, в которых реализация товаров, выполнение работ, оказание услуг, а также деятельность в сфере игорного бизнеса. При этом количество устанавливаемых в объектах платежных терминалов должно соответствовать количеству используемых в них единиц кассового оборудования.

### **Контрольные вопросы**

1. Понятие индивидуального предпринимательства.
2. Процедура государственной регистрации физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей.
3. Процедуры банкротства (экономической несостоятельности) индивидуального предпринимателя.
4. Понятие лицензирования предпринимательской деятельности.
5. Государственная регистрация юридических лиц. Постановка на учет в налоговых органах. Порядок открытия банковского счета.
6. Процедура регистрации товарного знака (знака обслуживания).
7. Правила применения субъектами предпринимательства контрольно-кассовой техники.

### **Темы рефератов**

1. Правовой статус индивидуального предпринимателя в Республике Беларусь.

2. Правовой статус юридических лиц в Республике Беларусь.
3. Банкротство (экономическая несостоятельность) субъектов хозяйствования.
4. Нововведения в законодательстве о лицензировании Республики Беларусь.
5. Товарный знак (знак обслуживания) как средство индивидуализации бизнеса.

## **Тема 6. ПЛАНИРОВАНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Планирование предпринимательской деятельности* – это умение предвидеть направление ее развития, результаты и ресурсы, необходимые для достижения намеченной цели.

Формальным признаком планирования считают план (документ). Однако конечный результат процесса планирования в виде документально оформленного плана – это лишь одна из его целей. Процесс планирования ценен сам по себе, даже если окончательная цель не достигнута. Хороший план может вести к минимуму нерациональные затраты усилий и ресурсов.

Планирование как функция управления включает следующий комплекс работ:

- анализ ситуаций и факторов внешней среды;
- прогнозирование, оценку и оптимизацию альтернативных вариантов достижения целей, сформулированных на стадии стратегического маркетинга;
- разработку плана;
- реализацию плана.

По содержанию и форме проявления различают следующие формы планирования:

- 1) по видам:
  - стратегическое;
  - тактическое;
- 2) времени:
  - долгосрочное;

– среднесрочное;

– краткосрочное;

3) объекту планирования:

– план предприятия;

– цеха;

– отдела;

– участка;

– бригады;

– рабочего места;

4) видам документов:

– план;

– программа;

– проект;

– прогноз;

– задания;

– заказ-наряд;

5) методам планирования:

– балансовое;

– нормативное;

– сетевое;

– графическое;

– программно-целевое;

– экономико-математическое;

б) предмету планирования:

– планирование объема продаж в натуральном и стоимостном выражении;

– численности работающих и оплаты их труда;

– основного капитала и амортизации, оборотного капитала и материальных затрат;

– планирование доходов и расходов, прибыли;

– планирование финансирования инвестиций, кредитования и финансовых издержек;

– научные исследования и их эффективность.

Одним из важнейших этапов процесса планирования является составление бизнес-плана, необходимого как для внутри-



фирменного планирования, так и для обоснования получения денежных средств из внешнего источника, то есть получения денег под конкретный проект в виде банковских ссуд, бюджетных ассигнований, долевого участия других предприятий в осуществлении проекта.

**Бизнес план** – это документ, дающий развернутое обоснование проекта и возможность всесторонне оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект.

Стандартный бизнес-план должен включать в себя следующие основные разделы:

### **1. Обзорный раздел (резюме).**

**Резюме** – один из наиболее важных разделов бизнес-плана, так как в нем кратко отражается суть проекта. От того, как написано резюме, зависит, возникнет ли интерес у потенциальных инвесторов к предприятию.

Резюме должно содержать:

- цель проекта;
- краткое описание компании;
- краткое изложение наиболее привлекательных моментов из всех остальных разделов с акцентом на положительные аспекты предлагаемой бизнес-идеи;
- объем привлекаемых инвестиций и/или кредитных ресурсов;
- основные финансовые показатели, характеризующие эффективность проекта;
- предполагаемый срок и порядок возврата заемных средств;
- номера и даты получения патентов и сертификатов;
- факты, подтверждающие надежность деятельности предприятия, юридические и экономические гарантии.

### **2. Описание предприятия:**

- основные виды деятельности и характер компании; профиль компании (производство, торговля или сфера услуг);
- стадия развития данного бизнеса;
- цели предприятия и его организационно-правовая форма;

- что и как компания намерена предлагать своим клиентам;
- основные технико-экономические показатели предприятия за последние пять лет;
- нынешние и перспективные географические рамки деятельности компании;
- показатели конкурентоспособности товаров и предприятий по конкретным рынкам и периодам;
- отличия данного предприятия от других компаний.

### **3. Описание продукции или услуг:**

- физическое описание продукции или услуг;
- описание возможностей их использования;
- привлекательные стороны предлагаемой продукции или услуг, их новизна;
- степень готовности продукции или услуг к выходу на рынок;
- список экспертов или потребителей, которые знакомы с товаром или услугами и могут дать о них благоприятный отзыв (при наличии такой информации).

### **4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия.**

Цель анализа рынка – разъяснить, как предполагаемый бизнес намеревается воздействовать на рынок и реагировать на складывающуюся на нем обстановку, чтобы обеспечить сбыт товара.

Анализ рынка содержит:

- определение спроса и емкости рынка;
- анализ конкуренции и других факторов воздействия на развитие данного бизнеса;
- результаты исследования рынка;
- прогнозы объемов продаж;
- описание маркетинговой стратегии данной компании (стратегии сбыта, рекламы и продвижения товара, ценообразования, стимулирования продаж и т. д.).

Маркетинговая стратегия включает:

- технологии и результаты сегментации рынка;
- стратегию ценообразования, прогнозы цен на товары предприятия;

- стратегии охвата рынка;
- стратегии разработки новых товаров;
- выбор ресурсной стратегии;
- выбор методов и способов распространения товаров;
- стратегию стимулирования быта продукции;
- выбор стратегии рекламы товара;
- выбор стратегии развития предприятия на перспективу.

### **5. Производственный план.**

Основной производственный план содержит:

- общий подход к организации производства;
- необходимое сырье и материалы, их источники и условия поставки;
- технологические процессы на производстве;
- необходимое оборудование и его мощность.
- требования в отношении трудовых ресурсов (производственный, инженерно-технический и административный персонал, условия труда, структура и состав подразделений, обучение персонала, предполагаемые изменения в структуре персонала по мере развития предприятия).

План обновления выпускаемой продукции должен содержать:

- описание научных подходов, систем, принципов, методов и технологии, которые были применены при разработке стратегии обновления выпускаемой продукции;
- технико-экономическое обоснование инвестиционных проектов;
- показатели конкурентоспособности, качества и ресурсоемкости продукции предприятия и основных конкурентов;
- план НИОКР.

План производства и реализации продукции должен включать следующие вопросы:

- расчет производственной мощности подразделений предприятия;
- оперативно-календарные планы;
- план реализации продукции;

– анализ использования производственной мощности предприятия.

План развития производства содержит планы:

- повышения технического уровня производства;
- повышения организационного уровня производства;
- социального развития коллектива;
- мероприятий по охране окружающей среды;
- инвестиционных проектов по развитию производства.

#### **6. График выполнения работ.**

График выполнения (календарный план) работ в рамках проекта должен включать перечень основных этапов реализации проекта и потребности в финансовых ресурсах для их реализации, а также отражать планируемые временные рамки работ на каждом из этапов.

План обеспечения производства должен содержать:

- анализ эффективности использования различных видов ресурсов;
- расчет потребности в различных видах ресурсов;
- план материально-технического обеспечения производства;
- информационное обеспечение управления производством;
- нормативно-методическое обеспечение производства.

#### **7. Управление и организация.**

Управление предприятием включает:

- описание основных участников предприятия (предприниматель и его партнеры, инвесторы, члены совета директоров, занимающие ключевые посты сотрудники и т. д.);
- организационную схему компании, показывающую внутренние связи и разделение ответственности в рамках организации;
- порядок подбора, подготовки и оплаты труда сотрудников.

Организация реализации бизнес-плана предусматривает:

- разработку, согласование и утверждение программы реализации стратегических планов;
- организацию учета и контроля выполнения планов;
- мотивацию выполнения планов в установленные сроки, требуемого качества и с намеченными затратами;

– регулирование процесса реализации стратегических планов при появлении изменений во внешней и внутренней среде предприятия.

#### **8. Финансовый план.**

Финансовый план должен быть согласован с материалами, представленными в остальных частях бизнес-плана, поскольку в нем обобщаются и представляются в стоимостном выражении все разделы бизнес-плана.

В финансовый план должны включаться:

- прогноз объемов реализации;
- баланс денежных расходов и поступлений;
- финансовый бюджет предприятия;
- прогнозный баланс;
- операционный бюджет предприятия;
- управление ценными бумагами, рисками, страхованием;
- основные показатели эффективности проекта (срок окупаемости, чистый приведенный доход, внутренняя норма доходности, рентабельность).

#### **9. Оценка рисков.**

В разделе «Оценка рисков» требуется оценить, какие риски наиболее вероятны для проекта и во что они в случае их реализации могут обойтись

Ответ на вопрос, как минимизировать риски и возможные потери от них, должен состоять из двух частей: описания организационных мер профилактики рисков и изложения программы самострахования или внешнего страхования.

#### **10. Приложение.**

В данный раздел включаются документы, подтверждающие или дополняющие информацию, которая содержится в бизнес-плане, например, биографии управленческого персонала, результаты исследования рынка, заключения аудиторов, фотографии образцов продукции, план производственных площадей, договоры, гарантийные письма.

### *Задача 1*

На предприятии реализуется проект экспорта новой продукции. При каком объеме производства будет достигнута точка безубыточности в каждом варианте ее производства и какой вариант наиболее предпочтителен?

№ п/п	Амортизация	Затраты на рекламу	Складские расходы	Зарплата руководства	Зарплата на ед. продукции	Прочие переменные затраты на ед. продукции	Цена реализации
1	10 000	2200	1700	700	4,0	9,0	17
2	11 000	2400	1400	800	4,5	10,0	18
3	12 000	2600	2100	900	5,0	11,0	19
4	13 000	2800	2300	1000	5,5	12,0	20
5	14 000	3000	2500	1100	6,0	13,0	21

### *Задача 2*

В конце прошлой пятилетки в энергосистеме производство электроэнергии составило 15 млрд кВт·ч. В первом году текущей пятилетки производство электроэнергии составило 16,1 млрд кВт·ч, во втором – 16,7, в третьем – 17,2, в четвертом – 16,9, в пятом – 17,3. Необходимо определить показатели темпов роста производства электроэнергии за отчетный период и спрогнозировать его уровень на очередной год.

### **Темы рефератов**

1. Разработка концепции бизнеса.
2. Критические точки производства и реализации.
3. Основные подходы к прогнозированию трудовых ресурсов.
4. Прогнозирование емкости потребительского рынка
5. Моделирование экономического роста.
6. Прогнозирование структурных изменений в экономике.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

### Нормативные правовые акты

1. Об инвестициях : Закон Республики Беларусь, 12 июля 2013 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

2. Об экономической несостоятельности (банкротстве) : Закон Республики Беларусь, 04 января 2014 г., № 415-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

3. О бухгалтерском учете и отчетности : Закон Республики Беларусь, 18 октября 1994 г., № 3321 – XII // Консультант плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2015.

4. О защите прав потребителей : Закон Республики Беларусь, 9 января 2002 г., № 3 90-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

5. О поддержке малого и среднего предпринимательства : Закон Республики Беларусь, 1 июля 2010 г., № 148-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

6. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции : Закон Республики Беларусь, 12 декабря 2013 г., № 94-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

7. О рынке ценных бумаг : Закон Республики Беларусь, 5 января 2015 г., № 231-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

8. О хозяйственных обществах : Закон Республики Беларусь, 10 января 2006 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Техно-

логия 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

9. О ценообразовании : Закон Республики Беларусь от 10 мая 1999 г., № 255-3 // Консультант плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

10. О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования: Положение, утвержденное Декретом Президента Республики Беларусь, 16 января 2009 г., № 1 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

11. О лицензировании отдельных видов деятельности : Декрет Президента Республики Беларуси, 1 сентября 2010, № 450 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

12. Об утверждении Положения о порядке создания индивидуальным предпринимателем частного унитарного предприятия и его деятельности : Указ Президента Республики Беларусь, 28 июня 2007, № 302 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

13. Об утверждении Порядка расчетов между юридически-ми лицами, индивидуальными предпринимателями в Республике Беларусь : Указ Президента Республики Беларусь, 29 июня 2000 г., № 359 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

14. О некоторых вопросах правового регулирования экономической несостоятельности (банкротства) : Указ Президента Республики Беларусь, 5 февраля 2013 г., № 63 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

15. О страховой деятельности : Указ Президента Республики Беларусь, 25 августа 2006 г., № 530 // Консультант Плюс:



Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «Юр-Спектр». – Минск, 2015.

16. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности : Директива Президента Республики Беларусь, 31 декабря 2010 г., № 4 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

### **Основная литература**

1. Авдеев, В. В. Правовое регулирование хозяйственной деятельности : учебник / В. В. Авдеев, А. В. Ананько, Н. Л. Бондаренко. – Минск : Книжный Дом, 2004 г. – 832 с.

2. Вабищевич, С. С. Правовое регулирование хозяйственной деятельности : учебное пособие / С. С. Вабищевич, И. А. Маньковский. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 624 с.

3. Швец, М. Г. Основы предпринимательской деятельности : пособие / М. Г. Швец. – Минск : БГАТУ, 2010. – 272 с.

4. Попондопуло, В. Ф. Коммерческое (предпринимательское) право : учебник / В. Ф. Попондопуло. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Норма, 2011. – 800 с.

5. Реуцкая, Е. А. Хозяйственное право : курс интенсивной подготовки / Е. А. Реуцкая. – Минск : Тетралит, 2014. – 416 с.

6. Сидорчук, В. К. Хозяйственное право : учебное пособие / В. К. Сидорчук – Минск : РИПО, 2015. – 316 с.

### **Дополнительная литература**

1. Вабищевич, С. С. Предпринимательское (хозяйственное) право / С. С. Вабищевич. – Минск, 2003. – 148 с.

2. Вабищевич, С. С. Хозяйственное право: правовое регулирование хозяйственной деятельности) / С. С. Вабищевич, И. А. Маньковский. – 2-е изд., переаб. и доп. – Минск : Молодежное, 2007. – 366 с.

3. Горбунов, А. Дочерние компании, филиалы, холдинги / А. Горбунов. – М. : Юристъ. – 2006. – 417 с.
4. Гушин, В. З. Гражданско-правовая ответственность / В. З. Гушин // Современное право. – 2014. – № 1. – С. 52–57.
5. Трамбачева, Т. Д. Договор в хозяйственном праве : курс лекций / Т. Д. Трамбачева, С. П. Чечкова. – Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2013. – 84 с.

Учебное издание

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Практикум  
для студентов направления специальности 1-27 01 01-10  
«Экономика и организация производства (энергетика)»

В 2 частях

Часть 1

Составители:

**МАНЦЕРОВА** Татьяна Феликсовна  
**КРАВЧУК** Елена Александровна  
**ИВАНОВА** Татьяна Владимировна

*Редактор Е. С. Кочерго*

*Компьютерная верстка Н. А. Школьниковой*

Подписано в печать 31.05.2017. Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная. Ризография.  
Усл. печ. л. 2,91. Уч.-изд. л. 2,27. Тираж 100. Заказ 624.

Издатель и полиграфическое исполнение: Белорусский национальный технический университет.  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя  
печатных изданий № 1/173 от 12.02.2014. Пр. Независимости, 65. 220013, г. Минск.