

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 2

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

Минск  
БНТУ  
2020

УДК 334.72.012.3 + 346.26 (076.5)

ББК 67.404.91Я7

Э40

Составители:

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

Рецензенты:

*Е. С. Русак, В. В. Примич*

Э40 **Экономические** и правовые основы предпринимательской деятельности : практикум для студентов направления специальности 1-27 01 01-10 «Экономика и организация производства (энергетика)»: в 2 ч. Ч. 2 / Т. Ф. Манцерава, Е. А. Кравчук, Т. В. Иванова. – Минск : БНТУ, 2017. – Ч. 2. – 2020. – 60 с.  
ISBN 978-985-583-120-5 (Ч. 2).

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

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

Часть 1 вышла в 2017 году.

**ББК 67.404.91Я7**

**УДК 334.72.012.3 + 346.26 (076.5)**

**ISBN 978-985-583-120-5 (Ч. 2)**

**ISBN 978-985-550-875-6**

© Белорусский национальный  
технический университет, 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

ТЕМА 1. ФОРМЫ ПАРТНЕРСКИХ СВЯЗЕЙ. ДОГОВОР В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	4
1.1. Партнерские связи и их характеристика .....	4
1.2. Понятие о сделке. Виды коммерческих сделок и порядок их оформления .....	4
1.3. Формы партнерских связей в осуществлении сделки.....	9
1.4. Правовые последствия заключенной сделки .....	11
 ТЕМА 2. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СРЕДСТВ ФИРМЫ. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ.....	18
 ТЕМА 3. ПЕРСОНАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ. ТРУД И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА .....	31
 ТЕМА 4. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	52
 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	58

# ТЕМА 1. ФОРМЫ ПАРТНЕРСКИХ СВЯЗЕЙ. ДОГОВОР В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## 1.1. Партнерские связи и их характеристика

Основой предпринимательства является установление партнерских связей между юридическими, между юридическими и физическими и между физическими лицами.

**Партнерские связи** – это такие договорные отношения, которые устанавливаются между несколькими предпринимателями и дают возможность каждому из них получить искомый уровень прибыли за счет обмена результатами деятельности (покупка, поставка продукции), выступающими в товарной или денежной форме.

Каждый предприниматель заинтересован в установлении наиболее эффективных форм партнерских связей. Определить самую эффективную форму взаимоотношений с партнером можно лишь путем сравнительного анализа различных вариантов. Схема предпринимательских действий как раз и дает возможность выбрать самую эффективную форму взаимоотношений с каждым отдельным партнером. Эта схема представляет собой разложение целостного проекта на его отдельные составляющие – обращение за кредитом, поиск и наем на работу специалистов, получение необходимого оборудования, получение необходимого сырья, обращение к партнеру по поводу транспортировки, поставка готовой игрушки. Важнейшая составляющая схемы предпринимательских действий – экономико-правовая форма реализации предпринимательской цели. Под данной формой понимается конкретный вид сделки, которая может быть приемлема для партнера и отвечает цели, поставленной предпринимателем.

## 1.2. Понятие о сделке. Виды коммерческих сделок и порядок их оформления

Предпринимательская деятельность представляет собой совокупность действий предпринимателя, проводимых последовательно либо параллельно в течение всего периода от начала до завершения конкретного дела – от вложения конкретных средств до получения прибыли как конечного результата деятельности. Такой завершенный цикл предпринимательства принято называть бизнес-операцией,

или бизнес-сделкой. Разделение всего процесса предпринимательской деятельности на отдельные операции, сделки необходимо бизнесмену для составления программы действий; установления моментов начала и завершения дел; расчета потребных ресурсов; оценки ожидаемого результата. Такое разделение целесообразно даже для однородных, повторяющихся видов предпринимательства.

**Сделки** – действия граждан, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей. Сделки могут быть односторонними, двусторонними и многосторонними. Наиболее распространенный вид сделки – **договор** (т. е. двусторонняя или многосторонняя сделка). Для заключения договора необходимо выражение согласованной воли (действий) всех сторон.

Формы заключения сделок:

1. Устная.

2. Письменная:

– простая;

– нотариальная.

Сделка в простой письменной форме должна быть совершена путем составления документа, выражающего ее содержание, и подписанного лицом или лицами, совершающими сделку, либо должным образом уполномоченными ими лицами. Договор в письменной форме может быть заключен путем составления одного документа, подписанного сторонами, а также путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, электронной или иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от другой договаривающейся стороны. Письменная форма договора считается соблюденной, если письменное предложение заключить договор принято. В простой письменной форме должны совершаться сделки (за исключением сделок, требующих нотариального удостоверения): юридических лиц между собой и с гражданами; граждан между собой на сумму, превышающую, не менее чем в 10 раз, установленный законодательством размер базовой величины, если иное не предусмотрено законодательством. Соблюдение простой письменной формы не требуется для сделок, которые, в соответствии со статьей закона, могут быть совершены устно.

Нотариальное удостоверение сделок осуществляется путем совершения на документе удостоверительной надписи нотариусом или другим должностным лицом, имеющим право совершать такое

нотариальное действие. Нотариальное удостоверение сделок обязательно в случаях, если это: указано законодательством; предусмотрено соглашением сторон, даже если по законодательству для сделок данного вида эта форма не требовалась. Сделка является недействительной по следующим основаниям: в силу признания ее таковой судом (оспоримая сделка) либо независимо от такого признания (ничтожная сделка).

Недействительными признаются сделки:

1. Не соответствующая законодательству.
2. Совершение которой запрещено законодательством.
3. Мнимая – сделка, совершенная лишь для вида, без намерения создать соответствующие ей юридические последствия, ничтожна.
4. Притворная – сделка, которая совершена с целью прикрытия другой сделки.
5. Совершенная гражданином, признанным или недееспособным, или не способным понимать значение своих действий и руководить ими, или ограниченным судом в дееспособности.
6. Совершенная несовершеннолетним.
7. Заключенная юридическим лицом, выходящая за пределы его правоспособности.
8. Совершенная под влиянием заблуждения, обмана, насилия, угрозы, злонамеренного соглашения представителя одной стороны с другой стороной или вследствие стечения тяжелых обстоятельств.

**Коммерческие (торговые) сделки** – процессы, связанные со сменой формы стоимости, т. е. с куплей-продажей товаров, а также взаимосвязанные с ними организационно-хозяйственные процессы, обеспечивающие непрерывность процесса купли-продажи и не имеющие производственного характера. Виды коммерческих сделок (операций): основные, вспомогательные, посреднические.

**Основные** – сделки, связанные с куплей-продажей товаров:

- прямые – операции между непосредственными потребителями и производителями;
- бартерные – прямой товарообмен;
- комиссионные – посредник не покупает товар, а совершает сделку за вознаграждение от производителя или поставщика товара (обычно процент от суммы сделки).

**Вспомогательные** – сделки, связанные с движением товара (транспортировка, складирование, переработка, хранение и т. п.).

**Посреднические** – операции по перепродаже товаров с использованием услуг посредника. Полезность услуг посредника оценивается полученной экономией на транспортных операциях, хранении, сбыте продукции, сервисном обслуживании.

Виды посредников:

– **дилер** – работает за свой счет, товар покупает в собственность с целью дальнейшей продажи. Дилер сам выбирает поставщика и покупателя;

– **дистрибьютор** – официальный представитель крупного и известного производителя;

– **агенты и брокеры** – лица, которые совершают деловые контакты на биржах и аукционах, обслуживают торговые сделки без приобретения права собственности на товар. За услуги агент или брокер получают процент от суммы сделки.

Процесс осуществления коммерческой сделки включает следующие этапы:

1. Возникновение идеи – формирование замысла, целей и содержания коммерческой сделки.
2. Планирование операции – подробное изложение способов проведения коммерческой сделки.
3. Изучение конъюнктуры рынка.
4. Поиск и подбор контрагента.
5. Проведение переговоров.
6. Подготовка и заключение сделки.
7. Реализация условий коммерческого контракта.

Поиск контрагента может проводиться различными способами: с помощью рекламы, объявлений, коммерческих писем, а также благодаря прямым контактам с покупателями.

**Переговоры** – это средство взаимосвязи между партнерами, предназначенное для достижения соглашения. Переговоры состоят из выступления, ответного выступления, вопросов и ответов, прений, возражений и доказательств. Переговоры могут протекать легко или напряженно. Обобщенная схема деловых переговоров: подготовка переговоров; проведение переговоров; решение проблемы (завершение переговоров); анализ. Самое главное на переговорах – это партнер. Его нужно убедить в принятии предложения. На него надо ориентировать весь ход переговоров. Важным условием успешных переговоров является наличие определенных гарантий, которыми могут

выступать репутация партнеров; письменная гарантия; поручительство; задаток; залог имущества, земли, товаров в обороте, прав, ценных бумаг и др. Для заключения хозяйственного договора необходимо выражение согласованной воли (действий) его сторон.

**Соглашение сторон** – основной конститутивный признак договора, в котором проявляется волевой элемент договора, волеизъявление его участников. Заключение договоров в предпринимательской деятельности осуществляется различными способами.

Традиционным является заключение договора путем направления предложения одной стороны заключить договор с другой стороной. Такое предложение, если оно отвечает предъявленным требованиям, называется офертой. Оферта должна быть обращена к определенному лицу (лицам), включать в себя существенные условия договора. Как правило, в оферте также указывается срок, в течение которого должен быть дан ответ на нее.

Полученная адресатом оферта не может быть отозвана в течение срока, установленного для ее акцепта, если иное не оговорено в самой оферте, либо не вытекает из существа предложения или обстановки, в которой оно было сделано. В настоящее время субъекты хозяйствования зачастую используют рекламу как приглашение делать оферты. Ответ лица, которому адресована оферта, об ее принятии, называется акцептом. Акцепт должен быть полным и безоговорочным. Молчание не является акцептом, если иное не вытекает из законодательства или соглашения сторон. Указанный порядок не применяется при заключении договора в обязательном порядке. Заключение договора в обязательном порядке осуществляется по правилам, закрепленным ст. 415 ГК. Договор может быть заключен путем проведения торгов. В таком случае договор заключается с лицом, выигравшим торги. Проведение торгов должно соответствовать общим правилам, установленным статьями 417–419 ГК.

Торги (тендер) проводятся в форме аукциона или конкурса. Количество участников аукциона (конкурса) не ограничивается, но при этом их должно быть не менее двух. Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу – лицо, которое, по заключению конкурсной комиссии, заранее назначенной организаторами торгов, предложило лучшие условия. Аукционы и конкурсы могут быть закрытыми и открытыми. В открытом аукционе и конкурсе могут участвовать любые лица, а в



закрытом – только лица, специально приглашенные для этой цели. Если сторона, для которой заключение договора является обязательным, уклоняется от его заключения, другая сторона вправе обратиться в экономический суд с требованием о понуждении заключить договор. В случае возникновения разногласий по условиям заключаемого договора, стороны, по соглашению между собой, могут передать такой спор на разрешение экономическим судом.

### **1.3. Формы партнерских связей в осуществлении сделки**

Каждый предприниматель заинтересован в установлении наиболее эффективных форм партнерских связей. Определить самую эффективную форму взаимоотношений с партнером можно лишь путем сравнительного анализа различных вариантов.

Выделяют следующие формы партнерских связей: партнерские связи в сфере производства; в сфере товарообмена; в сфере торговли; в сфере финансовых отношений.

#### **1. Партнерские связи в сфере производства**

Партнерские связи должны функционировать в определенной экономико-правовой форме. В связи с этим партнерские связи осуществляются в виде сделки. В сфере производства сделки могут существовать в форме:

- 1) совместного предприятия;
- 2) производственной кооперации;
- 3) лизинга;
- 4) проектного финансирования;
- 5) лицензирования;
- 6) управления по контракту;
- 7) подрядного производства и др.

#### **2. Партнерские связи в сфере товарообмена**

Под товарообменными подразумеваются операции по движению товарных ценностей (переход права собственности от одного товара к другому) без применения денежной формы взаиморасчетов.

Существует несколько разновидностей товарообменных операций, в т. ч.:

- 1) бартерные операции;
- 2) встречные поставки;
- 3) коммерческая триангуляция.

**Бартерная операция** – это сделка, при которой один конкретный товар обменивается на другой конкретный товар и при этом должны быть установлены пропорции процесса обмена и сроки поставок. При **встречной поставке** определяется, какой товар поставит одна сторона, а конкретный вид другого товара определяется позднее путем составления дополнительного соглашения или протокола к договору.

**Коммерческая триангуляция** предполагает участие в договоре не двух, а трех лиц. При такой схеме первый партнер поставляет товар второму. Третье лицо осуществляет поставку товара в ответ на поставку первого партнера. Такое действие возможно, если между вторым и третьим партнерами существуют какие-либо взаимоотношения. Третий партнер может расплачиваться с первым не товаром, а деньгами.

### **3. Сделки в сфере торговли**

Сделки в сфере торговли отличаются своим разнообразием. Все они основаны на договоре купли-продажи. Причем договор купли-продажи может заключаться напрямую, а может – с участием посредников. Отношения партнеров в таких сделках оформляются в виде договора купли-продажи или договором поставки. Сделки в сфере торговли могут осуществляться в виде внешнеэкономических сделок и сделок внутри территории страны.

Внешнеэкономические сделки в сфере торговли делятся на:

- 1) экспортные;
- 2) импортные;
- 3) реэкспортные.

**Экспортная сделка** – вывоз товара с территории одной страны на территорию другой.

**Импортная сделка** противоположная экспортной. Это ввоз товара на территорию одной страны с территории другой.

**Реэкспортная сделка** – это приобретение одним из партнеров товара за рубежом с целью поставки партнеру в третьей стране без переработки в своей стране.

В сфере торговли на территории одной страны можно выделить следующие торговые сделки:

- 1) обычная сделка;
- 2) форвардная сделка – это сделка с предоплатой при поставке товара в оговоренный в договоре срок;
- 3) сделка спот – это операция по купле-продаже с немедленной оплатой при доставке товара.

#### **4. Партнерские связи в сфере финансовых отношений**

Наиболее важными формами сотрудничества являются факторинг и коммерческий трансферт.

При факторинге во взаимоотношения вступают предприниматель и так называемая фактор-фирма. Основой этих взаимоотношений является приобретение фактор-фирмой дебиторской задолженности предпринимателя. Как правило, в качестве фактор-фирм выступают банки.

Продавец дебиторской задолженности получает 70–90 % требуемой суммы платежа, а оставшаяся сумма является для фактор-фирмы некоторой гарантией и выплачивается продавцу после получения банком счета на оплату дебиторской задолженности. Потребность в продаже дебиторской задолженности возникает при поставке товара с отсрочкой платежа. Распространение факторинговых операций связано с тем, что при экономике, развивающейся в нормальных условиях, срок платежа обычно колеблется от нескольких недель до нескольких месяцев, а если фактор-фирма сразу оплачивает требования по таким платежам, то оборачиваемость средств увеличивается и тот, в чью пользу предоставляется платеж, обычно делает скидку с цены. Эта скидка является, как правило, прибылью фактор-фирмы. Коммерческий трансферт используется при внешнеэкономических связях. Эта операция предполагает приобретение партнерами друг у друга капиталов в национальной валюте. Однако такая покупка валюты не предполагает ее физического перемещения через границу.

#### **1.4. Правовые последствия заключенной сделки**

Штрафные санкции возникают в случае несоблюдения условий заключенных договоров. Юридическая ответственность представляет собой возникшее из правонарушений правовое отношение между государством в лице его специальных органов, а также лицом, права которого нарушены, и правонарушителем, на которого возлагается обязанность претерпевать соответствующие лишения и неблагоприятные последствия за совершенное правонарушение, за нарушение требований, которые содержатся в нормах права либо договорах. В соответствии с видами правонарушений юридическая ответственность классифицируется как уголовно-правовая, гражданско-правовая, административная, дисциплинарная, а также материальная (экономическая).

У каждой отрасли права имеются инструменты, понуждающие субъектов действовать в соответствии с законодательством, а в случаях отклонения от предписанного – подвергать участников правоотношений воздействию определенных санкций. Все они могут быть разделены на две группы:

- 1) санкции – как любые последствия нарушения нормы;
- 2) ответственность, связанная с имущественным наказанием нарушителя.

Имущественный характер отношений в хозяйственном обороте предполагает применение имущественных мер воздействия. Санкции не лишают виновного нарушителя его имущества. Они предназначены для ограждения права от нарушения. Поэтому применение санкций возможно непосредственно по одному факту нарушения нормы права, в то время как для применения ответственности необходим состав таких фактов.

**Ответственность в хозяйственных отношениях** – это санкция, включающая лишение субъекта, нарушившего закон, права и интересы других субъектов, имущества без какой-либо компенсации, применяемая в установленном порядке на основании осуждения противоправного поведения нарушителя. Законодательством Республики Беларусь устанавливается такой вид ответственности в сфере предпринимательских отношений, как экономическая ответственность, под которой в соответствии с Порядком организации и проведения проверок (ревизий) финансово-хозяйственной деятельности и применения экономических санкций (в ред. Указа Президента Республики Беларусь 06.12.2001 г. № 722) понимаются установленные актами законодательства правовые последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения субъектом предпринимательской деятельности актов законодательства в сфере экономических отношений.

Различают следующие виды хозяйственно-правовых санкций:

- 1) В зависимости от субъекта, которым применяются:
  - применяемые стороной правоотношений. Устанавливаются договором или законом и применяются сторонами в добровольном порядке;
  - применяемые компетентным государственным органом. Вводятся в действие государственными органами, контролирующими соблюдение законности в сфере хозяйственных отношений, либо

судом. Санкции, применяемые от имени государства его органами, опираются только на требования законодательства.

2) По степени конкретизации мер:

– абсолютно-определенные санкции. Они точно указывают меру воздействия, которая должна быть применена в случае нарушения нормы;

– относительно-определенные санкции. Данные санкции устанавливают низший и высший или только высший пределы меры воздействия на правонарушителя;

– альтернативные санкции. Позволяют применителю выбрать из двух или нескольких возможных вариантов меры воздействия какой-то один – наиболее соответствующий конкретным обстоятельствам совершенного правонарушения.

3) По способу воздействия:

– имущественные санкции. Данные санкции заключаются в применении к правонарушителю имущественных мер воздействия, которые всегда имеют стоимостную оценку;

– организационные санкции заключаются в лишении компетентным государственным органом правонарушителя какого-либо права, не имеют стоимостной характеристики, но тесно связаны с возможностью осуществления предпринимательской деятельности (например, приостановление действия лицензии).

По формам различают следующие санкции в хозяйственных правоотношениях:

1. Убытки, которые включают в себя реальный ущерб и упущенную выгоду.

2. Неустойку (штраф или пеня), под которой признается определенная законодательством или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности, в случае просрочки исполнения.

3. Безвозмездное изъятие предмета в доход государства.

4. Санкции, применяемые в порядке статьи 366 ГК, за пользование чужими денежными средствами вследствие их неправомерного удержания. Компенсационная функция санкций выражается в возмещении субъекту предпринимательской деятельности ущерба, причиненного неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательства.

Предупредительная функция санкций заключается в превентивной охране общественных отношений в сфере предпринимательства, предотвращении нарушений норм хозяйственного законодательства. Восстановительная функция санкций состоит в приведении субъекта предпринимательской деятельности в прежнее состояние, которое было нарушено неправомерными действиями других субъектов.

Штрафная функция санкций состоит в наказании субъекта за нарушение установленных законодательством либо договором обязанностей в сфере хозяйственных отношений. Наказание, в свою очередь, выражается в применении к субъекту имущественных и организационных ограничений.

**Гражданско-правовая ответственность** – это гарантированные силой государства юридические формы реакции потерпевшего лица на совершенное субъектом правонарушение, выражающиеся в возложении на правонарушителя мер воздействия имущественного характера.

По основаниям возникновения гражданско-правовая ответственность может быть:

– договорной, наступающей в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, возникших из договора. При этом договором могут быть установлены дополнительные основания наступления ответственности, которые не предусмотрены законодательством;

– внедоговорная ответственность, которая наступает в случае причинения вреда или убытков лицом, не состоящим с потерпевшим в договорных отношениях.

По характеру обязательств с участием нескольких субъектов ответственность различается как долевая, солидарная и субсидиарная.

**Долевая ответственность** означает, что каждый должник отвечает в определенной, установленной законодательством или договором, доле. Ответственность признается долевой, если иное не установлено законом или договором.

**Солидарная ответственность** наступает только в случаях, прямо предусмотренных законодательством или договором. Сущность солидарной ответственности в том, что кредитор вправе требовать исполнения обязательства как от всех должников совместно, так и от любого должника в отдельности, как полностью, так и в части.

**Субсидиарная ответственность** – это дополнительная ответственность субсидиарного должника по обязательству основного.

К субсидиарному должнику требование предъявляется только тогда, когда основной должник отказался удовлетворить требования кредитора либо кредитор не получил от должника в разумные сроки ответа на предъявленное требование.

Субсидиарная ответственность наступает в соответствии с законодательством или условиями обязательства. Основанием возникновения ответственности в хозяйственной деятельности всегда является гражданское правонарушение, которое выражается в нарушении требований либо законодательства, либо договора.

Условиями гражданско-правовой ответственности являются:

- противоправность совершенного деяния;
- наличие вреда или убытков;
- причинная связь между противоправным деянием и причинением вреда или убытков;
- вина правонарушителя.

Противоправность деяния предполагает нарушение требований законодательства либо договора и ущемление субъективного права другого лица, причинение ему вреда или убытков.

**Вред** – это какое-либо умаление личного или имущественного блага лица. Вред может быть имущественным либо моральным.

**Убытки** – это денежное выражение причиненного вреда.

Убытки включают:

- расходы, которые потерпевшая сторона произвела или должна будет произвести для восстановления нарушенного права; утрата или повреждение имущества (реальные расходы);
- неполученные доходы, которые были бы получены в случае, если бы право стороны не было нарушено (упущенная выгода).

Если иное не предусмотрено законодательством или договором, вред возмещается в полном объеме. Иногда возможно наступление гражданско-правовой ответственности и без причинения вреда или убытков (например, штраф за просрочку исполнения обязательства).

### Контрольные вопросы

1. Схема предпринимательских действий по реализации проекта.
2. Понятие партнерских связей.
3. Понятие сделки. Соотношение понятий «сделка» и «договор».
4. Виды коммерческих сделок.

5. Формы партнерских связей.
6. Понятие штрафных санкций за неисполнение условий договора.
7. Характеристика предпринимательского договора.

### **Темы рефератов**

1. Характеристика коммерческих сделок.
2. Основные направления сотрудничества партнеров в предпринимательской деятельности.
3. Правовые последствия заключенной сделки.
4. Формы гражданско-правовой ответственности при неисполнении условий коммерческой сделки.
5. Договор о предпринимательской деятельности.

### **Задачи**

Задача 1. В опубликованном в газете рекламном объявлении указывалось, что коммерческая организация продает предприятие по оказанию бытовых услуг. АО «Маяк» направило продавцу письменный запрос и попросило предоставить дополнительную информацию о структуре предприятия, месте его нахождения, цене и, получив исчерпывающий ответ, заявило письменно о своем согласии купить предприятие и перевело деньги на счет продавца.

При передаче предприятия возник спор по поводу имущества и обязательств, включаемых в состав предприятия. АО отказалось от подписания передаточного акта и потребовало возврата денег. Продавец это требование отверг, сославшись на то, что договоры расторжению в одностороннем порядке не подлежат. Можно ли рассматривать такое объявление как оферту? Будет ли заключен договор в данном случае? Разрешите ситуацию, для этого обратитесь к ст. 402, 403, 161 ГК.

Задача 2. Член производственного кооператива Стрекалов В. П. заключил договор с Поповым И. С. о передаче ему своего пая в кооперативе «Прогресс» в сумме 2 млн. руб. Попов подал заявление о принятии его в члены кооператива, поскольку ему передан Стрекаловым В. П. принадлежащий ему в кооперативе пай.



Правление кооператива обязало председателя предъявить иск в суд о признании договора о передаче Стрекаловым В. П. пая не члену кооператива недействительным, так как передача пая произведена без согласия кооператива и есть члены кооператива, желающие купить пай Стрекалова В. П. Председатель правления кооператива «Прогресс» предъявил иск о признании договора недействительным по основаниям, указанным в решении правления кооператива. Мотивируйте решение суда по иску председателя кооператива «Прогресс».

Задача 3. Прокурор обратился в экономический суд с иском о признании недействительным договора между производственным кооперативом «Меркурий» и ОАО «Финансовая компания «Стабильность». По договору ОАО «Финансовая компания «Стабильность» купило у ПК «Меркурий» принадлежащие ему помещения цеха и производственные мощности, причем помещение цеха передало кооперативу в аренду, а оборудование – в лизинг. Прокурор указывал на отсутствие в гражданском кодексе Республики Беларусь договора такого рода и на уход от налогообложения. Стороны ссылались на свое право заключать любые договоры, не противоречащие законодательству. В каком порядке заключаются хозяйственные договоры? Какой принцип гражданского права применили стороны?

Задача 4. ЗАО «Пингвин» обратилось в экономический суд с жалобой на неправомерность взыскания с него ООО «Землестрой» пени в размере 0,7 % за несвоевременную уплату арендной платы за пользование земельным участком. Правомерно ли обращение ЗАО в экономический суд?

## ТЕМА 2. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СРЕДСТВ ФИРМЫ. ИЗДЕЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ

Имущество предприятия включает все виды имущества, которые необходимы для осуществления хозяйственной деятельности.

Имущество предприятия:

1. Материальные активы:

- а) Основные средства;
- б) Оборотные средства.

2. Нематериальные активы.

Основные средства служат в течение ряда периодов производства, сохраняя свою натуральную форму и перенося свою стоимость на новую продукцию постепенно, по частям, по мере износа.



Рис. 2.1. Состав основных средств предприятия

Наряду с основными средствами каждое предприятие должно располагать определенной величиной оборотных средств для обеспечения бесперебойного процесса производства и реализации продукции путем приобретения предметов труда, вспомогательных материалов, топлива, оплаты потребляемой энергии всех видов, прочих услуг.

Оборотные средства предприятия – это часть средств производства, которая целиком потребляется за один производственный цикл, изменяет натуральную форму, полностью перенося свою стоимость на себестоимость создаваемого продукта, постепенно превращаясь из предметов труда в готовую продукцию.

К оборотным средствам относятся: производственные запасы, незавершенное производство, расходы будущих периодов, готовая продукция на складе предприятия, средства в расчетах, отгруженная продукция и денежные средства, находящиеся на расчетном счете предприятия. Текущие издержки на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме, составляют себестоимость продукции. Себестоимость является самостоятельной экономической категорией и представляет собой часть стоимости товара.

**Себестоимость продукции** – один из основных обобщающих показателей, в котором отражаются степень использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, технический уровень производства, качество продукции, т. е. эффективность предприятия. По последовательности формирования различают: технологическую, цеховую, производственную (заводскую) и полную себестоимость изделия (продукции), которая выражается следующей формулой:

$$\underbrace{M + P_{\phi} - B + (T + \text{Э})_T + 3\Pi_0 + 3\Pi_d + O_{\text{вб}} + P_{\text{бп}} + I_{\text{цн}} + P_{\text{оп}} + B_p + P_p + P_{\text{ох}} + P_{\text{ком}}}_{\text{Технологическая себестоимость}}$$

$$\underbrace{\hspace{10em}}_{\text{Цеховая себестоимость}}$$

$$\underbrace{\hspace{15em}}_{\text{Производственная (заводская) себестоимость}}$$

$$\underbrace{\hspace{20em}}_{\text{Полная себестоимость}}$$

Рис. 2.2. Калькуляция себестоимость изделия

где  $M$  – стоимость сырья и материалов, руб/изд.

$P_{\phi}$  – стоимость комплектующих изделия, полуфабрикатов и услуг сторонних организаций, носящих производственный характер, руб/изд.

$B$  – стоимость возвратных отходов, руб/изд.

$(T + \Xi)_T$  – стоимость топлива и энергии, используемых на технологические цели, руб/изд.

$ЗП_0$  – основная заработная плата производственных рабочих, руб/изд.

$ЗП_д$  – дополнительная заработная плата производственных рабочих, руб/изд.

$O_{вб}$  – отчисления в бюджет и внебюджетные фонды от средств на оплату труда, руб/изд.

$P_{бп}$  – расходы будущих периодов, руб/изд.

$I_{цн}$  – износ инструментов и приспособлений целевого назначения, руб/изд.

$P_{оп}$  – цеховые расходы (общепроизводственные), руб/изд.

$B_p$  – потери от брака, руб/изд.

$P_p$  – прочие расходы, руб/изд.

$P_{ох}$  – общехозяйственные расходы (заводские), руб/изд.

$P_{ком}$  – коммерческие расходы, руб/изд.

Таблица 2.1

Классификация затрат производства для целей учета

признак	виды затрат	характеристика
экономическое содержание	по экономическим элементам	Экономический элемент – первичный, однородный вид затрат, который нельзя разделить на составные части: 1. Материальные затраты. 2. Затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды. 3. Амортизация. 4. Прочие.
	по статьям калькуляции	Калькуляционная статья – определенный вид затрат, образующий себестоимость как отдельных видов, так и всей продукции в целом: 1. Сырье и материалы. 2. Возвратные отходы (вычитаются).

Окончание табл. 2.1

признак	виды затрат	характеристика
экономическое содержание	по статьям калькуляции	3. Покупные изделия и полуфабрикаты. 4. Топливо и энергия на технологические нужды. 5. Оплата труда производственных рабочих. 6. Отчисления на социальные нужды. 7. Расходы на подготовку и освоение производства. 8. Общепроизводственные расходы. 9. Общехозяйственные расходы. 10. Прочие производственные расходы.
по составу (однородности)	одноэлементные	одноэлементные – затраты, состоящие из одного элемента, не зависят от места возникновения и целевого назначения.
	комплексные	комплексные состоят из нескольких элементов
в зависимости от объема производства	постоянные	постоянные затраты практически не зависят от объема производства.
	переменные	величина переменных затрат изменяется пропорционально объему производства.
по целевому назначению	основные	основные – затраты, связанные с технологическим процессом выпуска продукции.
	накладные	накладные – связаны с организацией, обслуживанием производства и реализацией продукции.
по способу включения в себестоимость	прямые	прямые – расходы по производству конкретного вида продукции, могут быть сразу отнесены на объекты калькуляции. Все прямые расходы являются переменными затратами.
	косвенные	косвенные расходы связаны с выпуском нескольких видов продукции (затраты на управление и обслуживание производства), эти расходы собираются на соответствующих счетах, а затем путем распределения включаются в себестоимость продукции.
по времени включения в себестоимость	текущие	текущие – расходы по производству и реализации продукции данного периода, которые принесли доход в настоящем.
	будущих периодов	будущих периодов – затраты, произведенные в текущем периоде, но подлежащие включению в себестоимость в будущих периодах, т. к. будут приносить доход в будущих периодах.

В предпринимательской деятельности важное место занимает цена, как денежная форма стоимости товара. Цена состоит из отдельных элементов, которые представляют собой отдельные части

стоимости. К ним относятся себестоимость, прибыль, налоги, сбытовые и торговые скидки (наценки). Конкретный набор названных элементов и их величина зависят от вида продукции (услуг) и цен.

Цена – денежное выражение стоимости единицы товара.

Тариф – денежное выражение стоимости единицы работы, услуги.

Цена выполняет ряд только ей присущих функций. В условиях рыночной экономики цены выполняют функции: измерительную, учетную, регулирующую, стимулирующую, перераспределительную.

Основу методологии ценообразования составляют методы обоснования цен, которые базируются на основных ценообразующих факторах.

Одним из наиболее распространенных **методов ценообразования, ориентированных на издержки производства**, в отечественной практике является **затратный метод**. Суть его заключается в том, что к рассчитанной себестоимости единицы продукции добавляется заданный размер прибыли, а также косвенные налоги и неналоговые платежи, непосредственно увеличивающие цену:

**Агрегатный метод** применяется по товарам, состоящим из сочетаний отдельных изделий (мебельные гарнитуры, столовые сервизы), а также продукции, собранной из унифицированных элементов, узлов, деталей (станки, оборудование определенного типа). Цена, рассчитанная этим методом, представляет собой сумму цен отдельных конструктивных элементов или изделий, которые уже ранее были определены с добавлением затрат на их сборку или компоновку.

**Метод структурной аналогии** эффективен в производствах и сферах с широкой номенклатурой выпускаемых однотипных изделий, услуг или работ (ремонтные услуги, детали различных типоразмеров). Для того чтобы установить цену на новый вариант изделия, определяют структурную формулу цены по ее аналогу. С этой целью используют фактические (или статистические) данные о доле основных видов затрат в цене или себестоимости аналогичного товара. Если имеется возможность точно определить по новому товару один из основных элементов затрат, используя структуру аналогичного товара, не сложно рассчитать ориентировочную цену. При этом можно использовать следующую формулу:

$$Ц = З_0 / Д_{з.о.}, \quad (2.2)$$

где  $\text{Ц}$  – цена нового изделия, руб;

$\text{З}_0$  – абсолютное значение основного вида затрат при производстве нового изделия, руб;

$\text{Д}_{3.0}$  – доля основного вида затрат в цене (или себестоимости) нового изделия, коэффициент.

### **Методы ценообразования, ориентированные на качество и потребительские свойства продукции**

Во многих случаях, когда в цене важно учесть качественные параметры продукции, прибегают к другой группе методов, которые часто называют параметрическими. Всех их объединяет один принцип: чем лучше качество, тем выше цена.

По многим видам сложнотехнической продукции можно выделить один основной качественный показатель, от которого будет зависеть цена (мощность, производительность, содержание основного компонента). Частное от деления цены на значение главного показателя (параметра) качества изделия характеризует удельную цену. Удельные цены используются в одном из наиболее простых параметрических методов ценообразования – **методе удельных показателей**. В этом случае цена нового изделия может быть рассчитана так:

$$\text{Ц}_н = \frac{\text{Ц}_б}{\text{П}_б} \cdot \text{П}_н, \quad (2.3)$$

где  $\text{Ц}_н$  – цена нового изделия, руб;

$\text{Ц}_б$  – цена изделия принятого за базу сравнения, руб;

$\text{П}_б$  и  $\text{П}_н$  – значения основного качественного параметра по базовому и, соответственно, новому изделиям, натуральные единицы измерения.

Такая система широко распространена в ценообразовании на машины и оборудование, сельскохозяйственное сырье, где, например, используется система надбавок и скидок за содержание крахмала в картофеле, производство экологически чистых продуктов и др.

Некоторые потребительские свойства изделий не поддаются непосредственному количественному измерению и не имеют определенных показателей качества. К ним можно отнести, например, вкусовые, эстетические свойства, дизайн, соответствие направлени-

ям моды. Учет в ценах таких показателей качества позволяет **балловый метод**. Он применяется при обосновании цен на такую продукцию, как продовольственные товары, швейные, парфюмерно-косметические, табачные изделия, часы, оптико-механические приборы и другую продукцию.

Чтобы определить цену балловым методом, прежде всего нужно выбрать показатели качества изделия, которые имеют важное значение для потребителя. Затем формируется комиссия из нескольких независимых экспертов, оценивающих каждый качественный параметр товара в баллах по заранее установленной шкале. Для расчета необходимо выбрать аналог (или базовое изделие), с которым будет сравниваться товар, требующий установления цены. Если оцениваемые показатели качества неравнозначны для покупателей, их можно проанжировать и ввести в расчет показатели значимости (весомости).

$$Ц_n = Ц_б / \sum_{i=1}^n (Б_{бi} \cdot Y_i) \cdot \sum_{i=1}^n (Б_{ni} \cdot Y_i), \quad (2.4.)$$

где  $Б_{бi}$  и  $Б_{ni}$  – балловая оценка  $i$ -го качественного параметра соответственно по базовому и новому изделиям;

$Y_i$  – коэффициент весомости  $i$ -го качественного параметра в долях единицы;

$n$  – количество оцениваемых качественных параметров.

Установить зависимость цены от нескольких качественных параметров продукции и выразить ее в виде эмпирической формулы позволяет также **метод корреляционно-регрессионного анализа**. Его применение дает возможность определять цену как на новую продукцию, так и на аналогичные конкурирующие изделия.

Использование корреляционно-регрессионного анализа для обоснования цен предполагает наличие определенных условий: изделия должны быть четко классифицированы по соответствующим параметрическим группам; в каждой параметрической группе продукции из всех технико-экономических параметров необходимо выделить параметры, оказывающие наибольшее воздействие на цену; для каждой параметрической группы изделий свойственна конкретная форма связи цены с параметрами, которую необходимо выявить.



В общем виде функцию цены можно выразить следующим образом:

$$C_n = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n), \quad (2.5)$$

где  $(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$  – технико-экономические параметры изделий, натуральные единицы измерения.

Самостоятельную группу представляют **методы определения исходной цены с учетом спроса на товар и уровня конкуренции на рынке**. Эти методы характерны для развитых, конкурентных рынков. В их число входит получивший довольно широкое распространение в республике **метод торгов** (биржевых, аукционных, тендерных).

В ходе тендерных торгов покупатель объявляет конкурс для продавцов на товар с определенными технико-экономическими характеристиками. Товаром при этом могут выступать государственные и военные заказы, партии сырья, уникальное оборудование, строительство объектов производственного или непромышленного назначения.

В результате торгов контракт получает та фирма или предприятие, которое предложит минимальную цену, обеспечит требуемое качество и короткие сроки исполнения заказа.

На рынках многих товаров, где спрос характеризуется относительно низкой эластичностью, отсутствует острая конкуренция, довольно успешно применяется **метод следования за лидером**. Суть его сводится к тому, что предприятия, фирмы при назначении своих цен ориентируются в первую очередь на цены конкурентов. Практически единые цены действуют на многих сырьевых рынках (бумаги, черных и цветных металлов, удобрений), товаров широкого потребления. При этом продавец может отклонять свою цену от цены лидера, но в определенных пределах, которые оправданы качественными достоинствами товара. Допустимо также, что более высокие цены могут иметь мелкие предприятия. В других случаях крупные предприятия-лидеры могут объявить "войну цен" и, пользуясь своими преимуществами в объемах продаж, опираясь на мощную сбытовую сеть, неизбежно вытеснят предприятие-аутсайдера с рынка.

При использовании **метода ощущаемой ценности товара** цена учитывает в первую очередь спрос, т. е. то, сколько покупатель го-

тов заплатить за предлагаемый товар с определенными потребительскими свойствами. Высокая цена устанавливается тогда, когда спрос относительно велик, а низкая – когда спрос снижается. Затраты при этом имеют второстепенное значение и рассматриваются лишь как ограничительный параметр снижения цены.

Этот метод ценообразования соответствует маркетинговому подходу и предусматривает учет в цене наличия в товаре выгод, которые ищет потребитель, а также его готовность платить за эти выгоды. В основе метода лежит субъективная оценка покупателем ценности товара или услуги. Описанный метод успешно применяется на рынках взаимозаменяемой продукции, позволяющей покупателю сравнивать аналогичные товары и делать свой выбор. Для этого продавцы должны внимательно изучать различные секторы рынка, каждый из них представлен покупателями, по-разному оценивающими различные свойства товара.

### **Рыночные стратегии ценообразования**

Стратегия – это выбор предприятием определенной динамики изменения исходной цены товара, направленный на получение наибольшей прибыли в рамках планируемого периода.

Рыночные стратегии ценообразования подразделяются на три вида: дифференцированное, конкурентное и ассортиментное ценообразование (рис. 2.3). Такое деление основывается на цели предприятия, неоднородности покупателей, в результате чего один и тот же товар может быть продан по разным ценам.

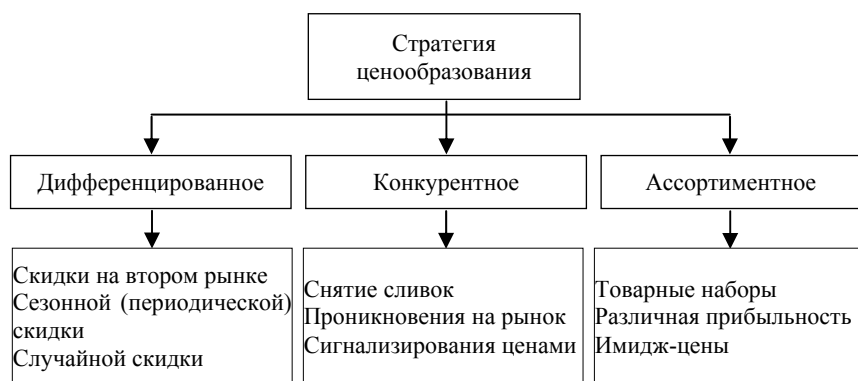


Рис. 2.3. Стратегии рыночного ценообразования

### **Стратегии дифференцированного ценообразования**

Суть стратегии *скидки на втором рынке* заключается в том, что на один и тот же товар или услугу цены на других рынках устанавливаются ниже (со скидкой). В качестве вторых рынков выступают демографические, географические, внешние. Например, на вторых демографических рынках, т. е. для пенсионеров, детей, студентов, могут действовать более низкие цены на услуги парикмахерских, коммунальные услуги, билеты в театры и кинотеатры, музеи, проездные билеты на городском транспорте. Цены со скидками могут использоваться в другом географическом районе, на внешнем рынке (демпинговые цены).

Стратегия *сезонной (периодической) скидки* основывается на неоднородности покупательского спроса во времени и применяется для стимулирования покупательского спроса. Она находит применение в снижении цен на товары вне сезона (например, туристские принадлежности для летнего или зимнего отдыха), товары, вышедшие из моды. Эта стратегия используется также при установлении различных по уровню цен на овощи, фрукты по сезонам их заготовки, тарифы на услуги связи в различное время суток, билетов на дневные и вечерние представления, блюда в ресторанах в дневное и вечернее время и т. д. Использование стратегии сезонной (периодической) скидки позволяет обеспечить предприятиям более равномерную их загрузку и расширить объем продаж.

В условиях сформированных товарных рынков часто используется стратегия *случайной скидки*, которой пользуются продавцы, устанавливая скидку с цены по случайному принципу и не слишком часто. Исследования в области спроса свидетельствуют о ее достаточной эффективности. Реализация такой стратегии дает возможность привлекать большее число покупателей, заинтересованных в низких ценах, как правило, людей с невысокими доходами, нередко переоценивающими свою экономию, получаемую от покупки по таким ценам.

### **Стратегии конкурентного ценообразования**

Стратегии конкурентного ценообразования могут проводить наиболее конкурентоспособные предприятия, пользующиеся хорошей репутацией на рынке при выходе с принципиально новыми изделиями, не имеющими близких аналогов и находящимися на начальной стадии жизненного цикла продукции, либо когда речь идет о формировании нового рынка.

Непременным условием проведения стратегии *снятия сливок* является наличие определенного сегмента рынка, представленного покупателями, готовыми и способными платить более высокую цену за товар, представляющий для них ценность из-за его высокого качества, престижности.

При этом первоначально на товар устанавливается высокая цена, позволяющая предприятию получать сверхприбыль до тех пор, пока рынок не станет объектом конкурентной борьбы или потребности элитарных покупателей будут насыщены. По истечении определенного времени предприятие снижает цену и переходит к освоению рынка массового покупателя.

Применение рассмотренной стратегии целесообразно в том случае, когда существует какая-либо гарантия отсутствия в ближайшее время конкуренции на рынке. Это возможно, если новые товары защищены патентами, базируются на крупных изобретениях или результатах дорогостоящих НИОКР, недоступных конкурентам, в условиях ограниченности сырья, материалов, комплектующих, необходимых для производства нового изделия.

В отличие от предыдущей, стратегия *проникновения на рынок* предполагает установление первоначально относительно низкой цены на товар. В ряде случаев такая стратегия может быть продиктована стремлением предприятия увеличить долю на рынке и обеспечить себе долговременную прибыль. Она обычно используется в отношении товаров, предназначенных для массового покупателя.

Стратегия *сигналирования ценами* основывается на том, что некоторые покупатели используют цену как показатель качества. Эта стратегия особенно характерна для ценообразования на товары длительного пользования, где качество играет большую роль. Информированность покупателей о качестве нередко недостаточна из-за сложности его определения при осмотре, наличия нескольких марок, высокой степени обновляемости продукции (холодильники, телевизоры, стиральные машины). В результате неопытные, случайные или недостаточно информированные покупатели могут использовать цену как показатель качества.

Реализуя стратегию сигналирования ценами, фирма может поместить дорогую модель рядом с более дорогим вариантом того же товара. Для неопытного покупателя может показаться заманчивым рискнуть и купить первый вариант, хотя последний используется

только для сравнения. Результатом такой стратегии может стать продажа низкокачественного товара по высокой цене, если фирма малоэффективна как производитель либо используется прямой обман покупателей. Последнее относится к области нечестной торговли и может стать предметом специального разбирательства.

### **Ассортиментные стратегии**

Рыночные стратегии ценообразования применяются предприятиями, фирмами, реализующими определенный ассортимент взаимозаменяемых, взаимодополняемых товаров или услуг. Наиболее распространенной и понятной является стратегия ценообразования *товарных наборов*. Содержание ее заключается в том, что цена набора (бритвенный прибор и лезвия, фотоаппарат и фотопленка, косметические наборы, наборы стереоаппаратуры) устанавливается ниже, чем сумма цен входящих в него компонентов. При этом по более низкой цене может продаваться основное изделие, а дополняющие его или сопутствующие товары – по более высокой.

Невзаимозаменяемость товаров или асимметричность спроса покупателей, возможность порчи продуктов (например, в комплексных обедах) позволяют с помощью цен убедить покупателей приобрести весь набор. При этом выигрывают как покупатели, так и продавцы. Первые за счет цен, вторые – за счет увеличения объема продаж.

Стратегия *различной прибыльности* используется в ценообразовании на взаимозаменяемые товары или услуги. При этом предприятие, фирма устанавливают цены на аналогичные товары таким образом, что получают большую прибыль от дорогостоящих моделей и порой даже убыток от дешевых, а в целом имеют среднюю норму прибыли. Модели товаров или виды услуг, отличающиеся по цене и качественным характеристикам, предназначены для различных категорий покупателей. Использование названной стратегии объясняются различия в ценах билетов на первых и последних рядах в театрах, люксовые и обычные номера в гостиницах, престижные и рядовые марки автомобилей, тарифы на услуги (транспортные, коммунальные, бытовые) для населения и предприятий и т. д. Применение стратегии различной прибыльности позволяет предприятию работать на разные сегменты рынка и иметь за счет этого выгодное устойчивое положение.

Стратегию *имидж-цен* в состоянии проводить наиболее конкурентоспособные предприятия, пользующиеся устойчивой репутацией на рынке, выпускающие престижную продукцию

## Задачи

### Задача 1.

Рассчитайте отпускную цену предприятия-изготовителя на свой продукт затратным методом.

Дано: материальные затраты  $M = 60$  тыс. д. е.; амортизация оборудования  $A = 10$  тыс. д. е.; заработная плата ЗП = 3 тыс. д. е.; прочие расходы  $P_{пр} = 10$  тыс. д. е.; норматив рентабельности для включения прибыли в цену  $r = 20\%$ , НДС = 20 %.

### Задача 2.

Определите верхний предел цены (равноэффективную цену для потребителя) новой модели электролампочки повышенной долговечности. Исходные данные:

Дано	Базовая модель	Новая модель
сила света $i$ , люмен	100	100
Мощность электролампочки $W$ , Вт	100	?
коэффициент полезного действия КПД	0,25	0,35
срок службы $T$ , часов	2000	10 000
цена электролампочки $C$ , д. е.	10 000	?
стоимость электроэнергии $C_э$	1000 д.е. за квт*час	

### Задача 3.

Определить стоимость высвобождения оборотного капитала, если стоимость реализованной продукции РП = 50 млрд. д. е., стоимость оборотных средств ОС = 10 млрд. д. е., длительность оборота сокращается на 12 дней.

## Темы рефератов

1. Показатели экономической эффективности использования оборотных средств.
2. Пути снижения затрат на производство продукции.

### ТЕМА 3. ПЕРСОНАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ. ТРУД И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

Основной целью управления персоналом следует считать финансовое развитие предприятия. Можно выделить четыре направления цели управления коллективом:

1. Экономическое;
2. Научно-техническое;
3. Производственно-коммерческое;
4. Социальное.

К экономическим целям организации можно отнести получение заранее определенной прибыли как результата деятельности предприятия. Научно-техническое направление обеспечивает определенный уровень технического и научного соответствия продукции требованиям рынка сбыта и рост производительности труда за счет внедрения новых технологий. Производственно-коммерческое направление призвано обеспечивать определенный объем изготовления и реализации продукта производства организации. Социальное направление цели должно способствовать достижению необходимого уровня потребностей в социальной сфере.

Вся система целей управления персоналом, имея своей основой экономический рост предприятия, вместе с тем учитывает социальную направленность как основу формирования направленности управления кадрами. Цели организации по управлению персоналом должны одновременно решать вопросы потребностей персонала и способствовать целям использования персонала для экономического благополучия и роста.

Для реализации цели управления персоналом формируется система, позволяющая управлять кадрами организации. При ее создании используются современные научные правила и методические рекомендации специалистов-практиков.

Реализация функций управления для выполнения поставленных целей связана с решением множества задач и напрямую зависит от методов управления. Самыми распространенными методами управления можно считать **административные методы**, гарантирующие оптимальные условия для эффективной работы предприятия. К ним относятся: обеспечение заказов на продукт производства, создание и утверждение внутренних нормативных документов, работа по со-

зданию должностных инструкций, а также мер контроля и поощрения персонала предприятия.

**Экономические методы** управления персоналом направлены в первую очередь на выполнение планового задания производства, а также планирование и финансирование деятельности организации с проработкой стимулов, управляющих производственным процессом.

**Социально-психологические методы** создания условий роста эффективности деятельности персонала предприятия, для чего проводится вовлечение в процесс управления специалистов предприятия, поощряется инициативность и ответственность работников.

**Кадры (персонал) предприятия** – это совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии, входящих в его списочный состав и состоящих с предприятием в трудовых отношениях, регулируемых наймом и увольнением в соответствии с Трудовым кодексом Республики Беларусь.

**Классификацию работников** на предприятии можно проводить по ряду признаков.

1. По признаку участия в производственной деятельности:

– **промышленно-производственный персонал (ППП)** – это численность работников промышленного предприятия, занятых производством продукции, оказанием услуг, а также занятых во вспомогательных видах деятельности (подразделениях материально-технического обеспечения и сбыта, транспортных, управленческих и др.);

– **непромышленный персонал непромышленных организаций и подразделений предприятия, занятый неосновной деятельностью** (работники детских садов, домов культуры и т. д., находящихся на балансе предприятия).

2. По признаку выполняемых функций:

– **рабочие** (работники, непосредственно занятые в процессе создания материальных ценностей, а также занятые ремонтом, перемещением грузов, оказанием услуг, погрузочно-разгрузочными и складскими работами, уходом за оборудованием и т. д.). Рабочие в свою очередь классифицируются на:

- **основных** (рабочие, непосредственно занятые изготовлением продукции – станочники, сборщики, операторы автоматических установок и т. д.);

- **вспомогательных** (рабочие, которые обслуживают трудовые процессы, выполняемые основными рабочими – наладчики обо-



дования, ремонтники, складские рабочие, а также уборщики, гардеробщики, курьеры и т. д.).

– **служащие** (работники, выполняющие административно-управленческие, инженерно-технические, учетно-экономические и хозяйственные функции), в состав которых входят:

- *руководители* (выполняют функции управления): линейные (генеральный директор, директор, их заместители, начальники цехов и их заместители, мастера, бригадиры) и функциональные (руководители функциональных служб и их заместители), а также главные специалисты (главный экономист, главный бухгалтер, главный инженер, главный механик, главный технолог, главный конструктор, а также их заместители и помощники);

- *специалисты* – работники, занятые в функциональных службах (управлениях, отделах, секторах) инженерно-техническими, экономическими и другими работами, требующими специальных знаний – инженеры, конструкторы, механики, экономисты, юристы и т. п., а также специалисты в цехах и на участках, например, техники, распределители работ и т. п.;

- *другие служащие*, которые осуществляют подготовку и оформление документации, учет и контроль, хозяйственное обслуживание (секретари, делопроизводители, табельщики, кассиры и др.).

Первичной характеристикой численности работников предприятия является **списочная численность**, определяемая за каждый календарный день отчетного периода. В списочную численность работников предприятия включаются все работники, принятые по трудовому договору или контракту на постоянную временную или сезонную работу. Списочная численность работников предприятия определяется на основании ежедневного учета численности работников. В списочном составе работников предприятия учитываются лица, фактически явившиеся на работу, а также отсутствующие на работе по каким-либо причинам (находящиеся в очередных дополнительных, учебных отпусках, в служебных командировках, в отпусках по беременности и родам, уходу за ребенком, не явившиеся на работу по болезни и в связи с выполнением государственных или общественных обязанностей и т. п.). Работник, занятый на предприятии на две, полторы ставки (оформленный как внутренний совместитель) или менее чем на одну ставку, учитывается в списочной численности работников за каждый календарный день ( $Ч_{с.р}$ ) опре-

деляется по данным табельного учета всех явок ( $Ч_{яв}$ ) и неявок ( $Ч_{н}$ ) на работу по формуле

$$Ч_{с-р} = Ч_{яв} + Ч_{н}, \quad (3.1)$$

Для характеристики использования списочного состава кроме списочной численности, исчисляемой по всем категориям работников, определяют показатели явочной численности и численности фактически работающих, которые, как правило, исчисляются по категории рабочих.

**Явочная численность** определяется в соответствии с числом работников, явившихся на работу. Явочная численность меньше списочной на число неявок.

**Численность фактически работающих** ( $Ч_{ф}$ ) определяется также за каждый рабочий день и отражает число явившихся и приступивших к работе лиц. Она меньше явочной численности на число целодневных простоев.

Помимо рассмотренных показателей, характеризующих численность работников на определенное число отчетного месяца, рассчитываются следующие показатели численности работников за период: *списочная численность* работников в среднем за период (месяц, квартал, полугодие, год или любой период с начала года); *среднесписочная численность* работников; *средняя явочная численность* работников; *средняя численность фактически работающих*.

Развитие предприятия как социальной системы во многом определяется организацией профессионального развития работников путем их обучения. Обучение работников – есть форма инвестирования средств предприятия в человеческий капитал. Это выгодно:

- для предприятия – текущая стоимость заработной платы снижается за время обучения на величину издержек на обучение;
- для работника – текущая стоимость потерь в заработной плате за время обучения практически всегда меньше стоимости выигрыша в зарплате в период после обучения.

Профессиональное обучение работников наиболее эффективно реализуется в формах переподготовки и повышения квалификации персонала.

Организация обучения работников осуществляется в рамках двух основных моделей:

- традиционного обучения персонала внутри предприятия;
- обучения, совмещенного с организационным развитием предприятия (стратегическое обучение).

**Цели традиционного обучения:**

- поддержание профессионально-квалификационного потенциала работников на уровне, обеспечивающем реализацию тактических и оперативных целей предприятия;
- восполнение естественной убыли квалифицированного персонала.

**Цели стратегического обучения:**

- развитие профессионально-квалификационного потенциала работников, необходимого для реализации стратегических целей предприятия;
- формирование навыков работы в режиме инновационной деятельности.

**Система обучения на предприятии** включает:

- предварительное кратковременное обучение с отрывом от работы (до двух недель);
- текущее профессиональное обучение без отрыва от производства (общий курс до 2-х лет, продолжительность каждого цикла – до 2-х месяцев, перерывы между циклами – до 4-х месяцев);
- профессиональный тренинг работника путем делегирования ему части полномочий для решения задач более высокого уровня;
- стажировку в подразделениях организации, т. е. ротацию работника «по горизонтали».

На практике используются следующие **формы обучения:**

- общеобразовательные курсы, проводимые для специалистов организации преподавателями вузов и консалтинговых фирм;
- тематические семинары, проводимые консультантами с привлечением обладающих соответствующим опытом предприятий;
- стажировки руководителей и отдельных специалистов в организациях, реализующих аналогичные виды деятельности, с участием консультантов;
- «штабные игры» – целевое обучение, проводимое в основном консультантами, с участием руководителей и специалистов по решению конкретных задач;

– обучение преподавателей и консультантов. Передача технологий обучения в специализированных областях деятельности.

Перспективен переход на **непрерывное обучение персонала**. Его основные признаки:

- систематическое обучение персонала с привлечением как внутренних, так и внешних тренеров;
- наличие программы обучения персонала, выработанной на основе перспективного прогноза требуемой квалификации персонала;
- оценка эффективности системы обучения.

При развитии подобного подхода распространение получили технологии обучения персонала в рамках самообучающихся организаций. **Самообучающуюся организацию** характеризуют высокая эффективность коллектива, минимальное привлечение внешних ресурсов, способность к самообновлению.

Основной технологический прием, используемый в самообучающихся организациях, – организация внутренних тренингов. Общение работников в тренинговых группах помогает сформировать эффективные каналы информации, исключая возможность блокировки рабочих контактов при возникновении нестандартных ситуаций, например, конфликтов.

В последнее время активно внедряется дистанционное обучение, основанное на использовании информационных технологий при отсутствии непосредственного контакта преподавателя и обучающегося лица. Обеспечивает возможность получения базового и дополнительного образования без отрыва от основной деятельности в удобное для обучающегося время.

Обучение работников осуществляется на рабочем месте и вне рабочего места.

В процессе обучения работника формируются его компетенции – специальные знания, профессиональные умения и навыки, а также поведенческие характеристики работника, необходимые для выполнения работ возрастающей сложности и ответственности.

Различают компетенции:

- **горизонтальные**, определяющие характер взаимодействия работников одного уровня при выполнении работ возрастающей сложности;
- **вертикальные**, связанные с реализацией определенной функции управления по иерархии;

– **глубинные**, обеспечивающие процесс непрерывного профессионального развития работников и организации в целом.

Предпосылки формирования компетенций работников: сокращение численности персонала, переход на инновационный путь развития, повышение мотивации персонала.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятия, особенно работающего в инновационном режиме, создается резерв кадров. Сотрудники, входящие в резерв, используются для реализации разнообразных проектов, значимых для предприятия. Критерием является не формальная должность работника, а наличие у него тех или иных компетенций, полезных для реализации проекта.

Обучение сотрудников, зачисленных приказом по предприятию в резерв, имеет свои особенности:

– эти сотрудники испытывают потребность в комплексе знаний на стыке экономики и психологии, таких как экономика и социология труда, теория организации, организационное поведение, экономическая психология, этика делового общения;

– сотрудники ориентированы на получение знаний практического характера, дающих быстрый и ощутимый эффект, поэтому до 50% учебного времени в этом случае отведено на ситуационный анализ и организационное проектирование.

Разработка плана повышения квалификации, подготовки и переподготовки персонала предприятия предполагает ряд последовательных действий:

– разделение персонала на группы (не нуждающиеся в повышении квалификации, требующие систематического переобучения и переподготовки, нуждающиеся в разовом обучении);

– разработку формы обучения на избранный период;

– проведение обучения;

– оценку эффективности обучения.

В основе расчетов эффективности обучения определение экономии на затратах с использованием показателей:

– средние затраты на одного работника, определяемые отношением суммы затрат на кадровые мероприятия (без заработной платы) за расчетный период к среднесписочной численности персонала;

– средние издержки на нового сотрудника, определяемые отношением затрат на отбор персонала к количеству отобранных кандидатов;

– средние затраты на обучение одного работника, определяемые отношением общей стоимости обучения к количеству обученных работников.

По завершении обучения проводится аттестация работника, т. е. процедура оценки работника и принятия решения о дальнейшем его использовании в организации. Эксперты, участвующие в процессе аттестации, на этапе принятия решения об оценке работника используют методы:

– **простые**: принцип большинства, принцип диктатора;

– **сложные**: метод Дельфа (многоуровневый), принцип Парето (принимается решение, которое невыгодно менять всем), принцип Курно (решение рационально и не ущемляет интересы каждого), принцип Эджворта (оптимальное среди коалиций экспертов решение).

Нормирование труда – установление затрат труда на изготовление единицы продукции (выполнение заданного объема работ, услуг) в определенных организационно-технических условиях на основе изучения и проектирования рационального трудового процесса.

Объект нормирования труда – операция, обособленная часть трудового процесса, осуществляемая одним рабочим (группой рабочих) на одном рабочем месте и охватывающая все действия по выполнению единицы заданной работы над одним предметом труда.

Предмет нормирования – рабочее время, продолжительность выполнения порученной человеку работы.

Основное понятие – норма труда, т. е. установленная величина необходимых затрат труда на выполнение данной работы в определенных наиболее рациональных для данного предприятия организационно-технических условиях.

Методы нормирования труда:

– **аналитический**, когда норма устанавливается на основе анализа трудовых приемов, организации труда и использования оборудования на рабочем месте;

– **суммарный**, когда норма устанавливается в целом на всю работу или операцию без разделения ее на элементы и изучения условий выполнения работы.

Нормы, установленные аналитическим методом, называются технически или научно обоснованными. Нормы, установленные суммарным методом, называются опытно-статистическими.

Различают следующие виды норм:

– **норма времени ( $H_{вр}$ )** – количество рабочего времени, установленное на изготовление единицы продукции или выполнение единицы работы (операции) одним или группой исполнителей определенного профессионально-квалификационного состава в заданных организационно-технических условиях;

– **норма выработки ( $H_{выр}$ )** – количество натуральных или условных единиц продукции, которое должно быть изготовлено в единицу времени определенных организационно-технических условиях одним рабочим или группой рабочих соответствующей квалификации:

$$H_{выр} = \frac{T_{см}}{H_{вр}}; \quad (3.2)$$

– **норма обслуживания ( $H_o$ )** – установленное количество единиц оборудования, которое должно обслуживаться одним рабочим или группой рабочих при определенных организационно-технических условиях в течение смены:

$$H_o = \frac{T_{см}}{H_{вр,o}}; \quad (3.3)$$

– **норма численности работающих ( $H_ч$ )** – численность работников определенного профессионально-квалификационного состава, требующаяся для выполнения производственного задания:

$$H_ч = \frac{O}{H_o}; \quad (3.4)$$

где  $O$  – количество обслуживаемых единиц оборудования;

– **нормированное задание ( $H_з$ )** – установленный объем работы, который работник или группа работников должны выполнить за определенный период с соблюдением заданных требований к качеству продукции.

Структура технически обоснованной нормы времени ( $H_{вр}$ ) включает: подготовительно-заключительное время ( $T_{пз}$ ), оперативное

время ( $T_{оп}$ ), время на обслуживание рабочего места ( $T_{об}$ ), время на отдых и личные надобности ( $T_{отл}$ ):

$$H_{вр} = T_{пз} + T_{оп} + T_{об} + T_{отл}. \quad (3.5)$$

Подготовительно-заключительное время повторяется не с каждой единицей изделия, а с партией изделий, поэтому норма времени распадается на две составляющих: норму штучного времени и норму подготовительно-заключительного времени.

Норма штучного времени ( $T_{шт}$ ) – это необходимые затраты времени на выполнение единицы работы:

$$T_{шт} = T_{оп} + T_{об} + T_{отл}. \quad (3.6)$$

Для определения суммарных затрат времени на единицу изделия рассчитывается норма штучно-калькуляционного времени:

$$H_{шт.к} = T_{шт} + T_{пз/п}, \quad (3.7)$$

где  $п$  – количество изделий в партии.

Оперативное время ( $T_{оп}$ ) нормируется по его составным частям – основному и вспомогательному времени. Основное время рассчитывается по сборникам нормативов времени или по формулам, установленным для определенного вида оборудования с учетом режимов его работы и паспортных данных. Вспомогательное время нормируется по нормативам или по данным фотографии рабочего времени (ФРВ) и хронометража.

Время на обслуживание рабочего места ( $T_{об}$ ) определяется по нормативам или по данным ФРВ как процент от оперативного времени.

Время на отдых и личные надобности ( $T_{отл}$ ) учитывается в норме времени в процентах от оперативного времени. Причем время на личные надобности для всех видов работ предусматривается в размере 2 % от оперативного времени или 10 минут на рабочую смену. Время на отдых рабочего в течение смены предоставляется в разных размерах и зависит от тяжести работы. Так, для станочных работ в нормальных условиях труда время на отдых составляет 5 % от оперативного времени.



В практике нормирования труда сменные нормы выработки определяются несколькими способами:

– по норме штучного времени:

$$H_{\text{выр}} = \frac{T_{\text{см}} - T_{\text{пз}}}{T_{\text{шт}}}; \quad (3.8)$$

– по норме штучно-калькуляционного времени:

$$H_{\text{выр}} = \frac{T_{\text{см}}}{T_{\text{шт.к}}}; \quad (3.9)$$

– по норме оперативного времени:

$$H_{\text{выр}} = \frac{T_{\text{см}} - T_{\text{пз}} - T_{\text{об}} - T_{\text{отл.}}}{T_{\text{оп}}}. \quad (3.10)$$

**Сдельная расценка (Р)** как итоговый результат нормирования определяется двумя способами:

– по норме времени:

$$P = T_{\text{шт}} \cdot C_{\text{т}}; \quad (3.11)$$

– по норме выработки:

$$P = \frac{C_{\text{т}}}{H_{\text{выр}}}, \quad (3.12)$$

где  $C_{\text{т}}$  – часовая тарифная ставка того разряда, к которому отнесена нормируемая работа (операция) по тарифно-квалификационному справочнику.

Нормативы по труду – регламентированные величины затрат труда, устанавливаемые в зависимости от технических, организационных, психофизиологических и социальных факторов, предназначенные для многократного использования при установлении техни-

чески обоснованных норм и проектирования организации труда. Различают:

– **нормативы режимов работы оборудования** – регламентированные величины режимов (параметров) работы оборудования, разрабатываются с учетом паспортных данных оборудования;

– **нормативы времени** – регламентированные затраты времени на выполнение отдельных элементов операции или всей операции в целом. К ним относятся нормативы оперативного времени (основного и вспомогательного), подготовительно-заключительного, времени обслуживания рабочего места, времени на отдых и личные надобности. Они разрабатываются на основе данных наблюдения (хронометраж, фотография рабочего времени) на тех участках работы, которые соответствуют современным требованиям производства;

– **нормативы численности** – количество работников определенного профессионально-квалификационного состава, необходимое для выполнения единицы или определенного объема работ. Они предназначены в основном для установления численности вспомогательных рабочих и специалистов, занятых обслуживанием оборудования.

На основе нормативов рассчитываются:

– **нормы численности** – количество специалистов и служащих, выполняющих определенные функции, закрепленные за подразделением;

– **нормы обслуживания** – численность служащих, выполняющих определенные функции по обслуживанию работников предприятия в целом или его структурных подразделений: кассиров, табельщиков, диспетчеров, др.;

– **нормы управляемости** – количество работников или подразделений, приходящееся на одного руководителя.

На основании установленных норм труда и с учетом планируемого объема выпуска продукции в натуральных единицах рассчитывается технологическая трудоемкость работ в часах (нормо-часах).

Общая (полная) трудоемкость – есть сумма технологической трудоемкости, трудоемкости обслуживания и трудоемкости управления производством. Трудоемкость обслуживания включает затраты труда рабочих-сдельщиков вспомогательного производства и всех рабочих-повременщиков основного и вспомогательного производства, осуществляющих функции обслуживания (транспортную,

контрольную, наладочную, инструментальную, ремонтную, складскую, организационную).

Введение технически обоснованных норм, пересмотр действующих норм осуществляется только после оценки качества действующих норм труда в порядке, установленном действующим законодательством по труду.

Пересмотр норм труда означает регулярную замену устаревших, ошибочных, заниженных, опытно-статистических норм технически обоснованными нормами.

Пересмотр норм позволяет обеспечить нормальное соотношение в темпах роста выработки и средней заработной платы.

Пересмотр норм включает:

- одновременный пересмотр норм на индивидуальной и многостаночной работе;
- установление единых норм и расценок на однородные работы, проводимые в разных местах, но в одинаковых условиях;
- введение норм на основе осуществления запроектированных организационно-технических мероприятий и соответствующего инструктажа работников.

Порядок пересмотра норм предусматривает осуществление следующих процедур:

- анализ технико-экономических показателей;
- расчет экономии трудовых затрат и фонда заработной платы;
- определение доли экономии за счет замены действующих норм новыми;
- определение перечня рабочих мест (работ, операций), где будет осуществлен пересмотр норм;
- разработка нормативного акта, регламентирующего места, объемы, сроки проведения работ по пересмотру норм труда.

Нормы труда могут пересматриваться и без проведения организационно-технических мероприятий в следующих случаях:

- если мероприятия проведены ранее, а нормы не пересматривались;
- если введенные раньше нормы были ошибочными или заниженными;
- если в результате мероприятий, каждое из которых не дало заметного снижения трудоемкости, суммарный эффект обеспечил существенный рост выработки.

Стимулирование труда – процесс формирования заданной мотивации к труду на данном рабочем месте и поощрения работника по результатам труда или в ходе трудового процесса.

Мотивация труда – процесс побуждения работника к определенному поведению, соответствующему целям предприятия, под воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов.

Основные принципы организации оплаты труда:

– зависимость размера оплаты труда работников от достигнутых результатов работы предприятия;

– опережающий рост производительности труда по сравнению с заработной платой;

– преодоление всех видов уравнительности в распределении средств на оплату труда;

– оплата труда каждого работника в соответствии с его вкладом в выполнение производственных заданий;

– создание механизма оплаты труда, обеспечивающего преимущества работникам (коллективам), вносящим наибольший вклад в инновационное развитие предприятия.

Трудовой кодекс Республики Беларусь вводит в оборот понятия «заработная плата», «индексация заработной платы» и «системы оплаты». Наиболее распространенные в Республике Беларусь формы и системы оплаты труда:

1. **Повременная** форма оплаты труда:

– простая повременная (тариф × отработанное время);

– повременно-премиальная (месячная зарплата + премия).

2. **Сдельная** форма оплаты труда:

– простая сдельная (расценка × число единиц продукции);

– сдельно-прогрессивная (расценка на сверхплановую продукцию выше, чем на плановую);

– сдельно-премиальная (прямая сдельная + премия);

– косвенная сдельная (оплата труда зависит от отработанного времени и результатов труда обслуживаемых работников);

– аккордная (оплата за весь объем работ).

3. **Прочие** варианты оплаты труда:

– «квалификационный уровень» – работнику периодически (раз в год) устанавливается определенный квалификационный уровень (ранг), принимаемый за основу при оплате его труда;

– «плавающий оклад» – оклад работнику на следующий месяц формируется по результатам его работы за предыдущий месяц;

– «комиссионная оплата» – устанавливается в виде фиксированной доли дохода, получаемого предприятием, от реализации продукции предприятия данным работником;

– «плата за знания и компетенцию» – устанавливается за овладение дополнительными знаниями или навыками (компетенциями), а не за конкретный трудовой вклад в рамках занимаемой должности (основное требование традиционных систем оплаты);

– «гибкие системы оплаты труда» – определенная часть заработка ставится в зависимость от личных заслуг работника и от общей эффективности работы предприятия.

**Гибкие системы** подразделяются на тарифные и бестарифные:

**гибкие тарифные системы** в основе формирования заработка имеют тариф, который дополняется премиями, доплатами, надбавками за результативность труда работника за месяц. Выбор тарифа определяется перечнем работ, классифицированных по сложности и значимости для данного предприятия.

Условие реализации гибкой системы – распределение работников по квалификационным группам, для каждой из которых установлен свой квалификационный уровень: для неквалифицированных рабочих – 1.0, рабочих различной квалификации и специалистов – от 1.8 до 3.1, руководителей ведущих подразделений – от 3.5 до 4.0 и т. д.

Индивидуальный заработок за расчетный период определяется:

$$ЗП_{\text{инд.}} = КК_{\text{инд.}} : КК_{\text{общ.}} \times \text{ФОТ}, \quad (3.13)$$

где  $КК_{\text{инд.}}$  – квалификационный уровень данного работника;

$КК_{\text{общ.}}$  – сумма квалификационных уровней всех работников;

ФОТ – фонд оплаты труда предприятия за расчетный период.

Со временем квалификационный уровень работника может меняться по решению квалификационной комиссии.

При гибкой системе оклады специалистам утверждаются на уровне среднего заработка базового периода.

Получившая широкую известность **система рангов (грейдов)** базируется на оценке всех типов рабочих мест (позиций по штатному расписанию). Критерием при оценке должностей является сте-

пень влияния позиции (должности) на организацию в целом и вид воздействия на конечный результат. Система включает:

- постоянную часть (грейд), определяемую с учетом профессионально-квалификационного уровня работника;
- переменную часть, устанавливаемую на конкретный период (до трех месяцев) с учетом творческой активности работника, степени его самостоятельности, овладения новыми навыками.

Практический интерес представляет система стимулирования работников – плата за компетенции. В основе системы лежит дифференцированная оплата в зависимости от базовых компетенций работников. Под базовой компетенцией работника понимается совокупность знаний, умений, навыков, опыта работы.

Для усиления материальной заинтересованности работников в результатах труда могут вводиться:

- надбавки и доплаты к тарифным ставкам (окладам), устанавливаемые в каждом конкретном случае за профессиональное мастерство, высокое качество работы, интенсивность и условия труда;
- системы бонусов, т. е. разовых выплат из прибыли. Это, как правило, годовой, полугодовой бонус, бонус, связанный со стажем работы и размером получаемой зарплаты. Различают также бонусы за отсутствие прогулов, за выслугу лет, целевые бонусы;
- системы премирования, т. е. выплаты работникам денежных сумм сверх основного заработка в целях поощрения достигнутых успехов по работе и стимулирования дальнейшего их возрастания.

Для построения эффективной системы премирования необходимо учитывать следующие условия:

- работник (подразделение) должен премироваться только за те показатели, которые от него зависят;
- показатели премирования должны быть выбраны таким образом, чтобы руководитель подразделений и работники были одинаково заинтересованы в их выполнении;
- размер премии должен быть значимым для работника (30–40 % к основному заработку).

Организация расчета заработной платы на предприятии включает следующие этапы:

- расчет тарифных ставок для рабочих профессий;
- расчет доплат и надбавок к тарифным ставкам рабочих;

- расчет постоянной составляющей (тарифной части) фонда заработной платы рабочих;
- расчет переменной составляющей (% перевыполнения норм) фонда заработной платы рабочих;
- расчет фонда зарплаты руководителей, специалистов и служащих;
- расчет планируемого фонда заработной платы персонала предприятия;
- расчет планируемого фонда материального поощрения персонала предприятия.

Нормативным обеспечением расчетов по труду являются: штатное расписание (для специалистов), штатная расстановка (для рабочих), положение об оплате труда на предприятии, положения о премировании.

Дополнением к монетарной составляющей заработной платы служит немонетарная часть или **социальный пакет**, включающий:

- нормативную часть: оплата больничного листа, оплата единовременного отпуска, учебного отпуска, др.;
- нормативно обусловленную часть: доплата за вредные и опасные условия труда, бесплатное или льготное питание, молоко, соки, мюли;
- рыночно-имиджевую компоненту: беспроцентные ссуды, долгосрочный кредит, бесплатное питание, оплата путевок работнику и членам семьи, оплата проезда к месту работы, медицинская страховка, дополнительное пенсионное страхование, юридическое и информационное обслуживание, салон красоты, автосервис, клубные карты, др.

Изменение оплаты труда производится в следующих случаях:

- внедрение технически обоснованных норм;
- пересмотр действующих норм;
- переход на многостаночное обслуживание;
- организация совмещения профессий;
- расширение зон обслуживания;
- внедрение новой техники, технологии;
- изменения в обслуживании рабочего места;
- совершенствование планировки и оснащения рабочего места;
- внедрение бригадных форм организации труда;
- внедрение передовых приемов и методов труда;
- изменение разряда (сложности) работы.

Трудовым кодексом определено, что наниматель обязан известить работников о введении новых или изменении действующих условий оплаты труда не позднее чем за один месяц. При внесении изменений в организацию оплаты труда необходимо учитывать социально-психологические особенности систем стимулирования.

Общие правила стимулирования:

- доступность (я тоже могу заработать не меньше!);
- осязаемость (премия не менее 20 % к окладу, оклад больше возможного ущерба от воровства);
- минимальный разрыв между результатами и оплатой по времени (недостаток стимулирования восполняется воровством);
- сочетание стимулов и мер наказания;
- сочетание материальных, социальных, психологических стимулов.

### **Контрольные вопросы**

1. Перечислите основные классификационные группы работников.
2. Охарактеризуйте модели и формы обучения работников.
3. Перечислите виды норм труда.
4. Раскройте структуру нормы времени.
5. Охарактеризуйте нормативы по труду.
6. Перечислите формы и системы оплаты труда.
7. Охарактеризуйте достоинства и недостатки основных систем оплаты труда.

### **Задачи**

#### Задача 1.

Бригада слесарей из 6 человек изготовила 480 узлов. Определить среднемесячную и среднедневную производительность (выработку) труда одного рабочего, если они работали 20 дней.

#### Задача 2.

Используя данные предыдущей задачи, определить уровень выполнения месячного и дневного задания одного рабочего в процентах и индексах, если плановые задания составляют соответственно 78 и 3,9 узла.



### Задача 3.

Определите соотношение между темпами роста производительности труда и темпами роста заработной платы. Сделайте выводы по расчетам.

Показатели	По плану	Фактически
Объем продукции, руб.	586800	598246
Среднесписочная численность, чел.	120	116
Фонд заработной платы, руб.	46200	44890

### Задача 4.

Используя приведенные данные, характеризующие движение кадров на предприятии, рассчитать движения рабочей силы на предприятии. Сделайте выводы.

№ п/п	Показатели	Человек
1.	Списочная численность работников на начало года	2196
2.	Принято на работу	42
3.	Уволено с работы	37
	В том числе по причине:	
	перехода на обучение в ВУЗ	5
	призыва на военную службу	6
	ухода на пенсию	4
	окончания срока контракта	7
	увольнения по соглашению сторон	12
	В связи с нарушением трудовой дисциплины	3
4.	Списочная численность работников на конец года	2204

### Задача 5.

Определить списочную численность работников в среднем за апрель, если предприятие создано 8 апреля с численностью 101 человек. Численность персонала по дням месяца характеризуется следующими данными:

Численность работников по списку	Человек
8 апреля	1010
9 апреля	1012
с 12-го по 20-е апреля	1090

Окончание табл.

Численность работников по списку	Человек
с 21-го по 27-е апреля	1100
с 28-го по 30-е апреля	1114

Выходные дни в апреле: 10, 11, 17, 18, 24, 25.

Задача 6.

Определить списочную численность работников в среднем за май при условии:

Показатель	чел.-дн.
Отработано	120000
Неявки по различным причинам	46000
Целодневные простои	290

Число дней работы предприятия в мае составило 23 дня.

Задача 7.

По следующим данным составить баланс рабочего времени по полному календарному фонду за I полугодие текущего года:

Показатель	Значение
Число отработанных человеко-дней	751369
Число человеко-дней целодневных простоев	4489
Неявки по болезни, человеко-дней	42676
Трудовые отпуска, человеко-дней	182072
Отпуска в связи с обучением	3295
Дополнительные поощрительные отпуска	29184
Отпуск без сохранения заработной платы по договоренности между работником и нанимателем, человеко-дней	9700
Неявки, разрешенные законом, человеко-дней	2090
Прогулы, человеко-дней	72
Человеко-дни праздничные и выходные	658282
Число отработанных человеко-часов	6515439

#### Задача 8.

Рассчитать заработную плату работнику за месяц, если ему установлен оклад 553 рубля. Рабочих дней в месяце 22. Работнику, в соответствии с положением о премировании, за высокие достижения в труде за месяц начислена премия 20 % от оклада.

#### Задача 9.

Рассчитать заработную плату работнику, если ему установлен оклад 475 рублей в месяц. Работник отработал 17 рабочих дней из 23 (6 дней был в отпуске за свой счет). Начислена премия за фактически отработанное время 15 % от оклада.

#### Задача 10.

Работнику установлена сдельная оплата труда. В текущем месяце работник изготовил 65 деталей, в том числе 5 деталей сверх нормы. Сдельная расценка за изготовление составляет 7,5 руб. Оплата за перевыполнение норм выработки производится с коэффициентом 1,2. Начислена премия 10 % от сдельного заработка.

## **ТЕМА 4. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Прибыль и доход являются основными показателями финансовых результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия. В соответствии с инструкцией по бухгалтерскому учету доходов, утвержденной Министерством финансов Республики Беларусь 30 сентября 2011 года № 102 с дополнениями и изменениями доходы и расходы в зависимости от их характера и направлений деятельности организации подразделяются на:

- доходы и расходы по текущей деятельности;
- доходы и расходы по инвестиционной деятельности;
- доходы и расходы по финансовой деятельности.

Доходами по текущей деятельности являются выручка от реализации продукции, а также прочие доходы по текущей деятельности.

Расходы по текущей деятельности включают в себя затраты, формирующие:

- себестоимость реализованной продукции;
- управленческие расходы;
- расходы на реализацию;
- прочие расходы по текущей деятельности.

Себестоимость реализованной продукции включает прямые затраты и распределяемые переменные косвенные затраты. К прямым затратам относятся прямые материальные затраты, прямые затраты на оплату труда, прочие прямые затраты. В состав прямых материальных затрат включается стоимость израсходованного сырья и материалов, покупных полуфабрикатов, стоимость которых может быть прямо включена в себестоимость определенного вида продукции. В состав прямых затрат на оплату труда включаются затраты на оплату труда и другие выплаты работникам, занятым в производстве продукции, которые могут быть прямо включены в себестоимость определенного вида продукции, а также суммы обязательных отчислений, установленных законодательством, от указанных выплат. В состав прочих прямых затрат включаются иные затраты, которые могут быть включены в себестоимость определенного вида продукции. В состав распределяемых переменных косвенных затрат включаются косвенные общепроизводственные затраты, величина которых зависит от объема производимой продукции.

В инструкции № 102 приведены следующие определения текущей, инвестиционной и финансовой деятельности:

**Текущая деятельность** – основная приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, не относящаяся к финансовой и инвестиционной деятельности;

**Инвестиционная деятельность** – деятельность организации по приобретению и созданию, реализации и прочему выбытию основных средств, нематериальных активов, доходных вложений в материальные активы, вложений в долгосрочные активы, оборудования к установке, строительных материалов у заказчика, застройщика (далее – инвестиционные активы), финансовых вложений, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике организации;

**Финансовая деятельность** – деятельность организации, приводящая к изменению величины и состава внесенного собственного капитала, обязательств по кредитам, займам и иных аналогичных обязательств, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике организации. Классификация доходов и расходов по видам деятельности в организациях может отличаться в зависимости от приоритетных направлений их деятельности. Например, доходы по финансовым вложениям в долговые ценные бумаги, полученные организацией, являющейся профессиональным участником рынка ценных бумаг, относятся к текущей деятельности, а полученные организацией, не являющейся профессиональным участником рынка ценных бумаг, к инвестиционной деятельности.

**Прибыль** – это часть выручки, остающаяся после возмещения всех затрат на производство и сбыт продукции. В новых условиях развития экономики прибыль является одним из основных источников накопления и пополнения доходной части государственного и местного бюджетов, основным финансовым источником развития предприятия, его инвестиционной и инновационной деятельности, а также источником удовлетворения материальных интересов членов трудового коллектива и собственника предприятия.

На величину прибыли (дохода) существенно влияют как объем выпускаемой продукции, так и ее ассортимент, качество, величина себестоимости, совершенствование ценообразования и другие факторы. В свою очередь прибыль воздействует на такие показатели, как рентабельность, платежеспособность предприятия и другие.

Общая величина прибыли предприятия (валовая прибыль) состоит из:

– прибыль (убыток) от реализации продукции – как разницы между валовой прибылью, управленческими расходами и расходами на реализацию;

– прибыль (убыток) от текущей деятельности включает прибыль (убыток) от реализации продукции и сальдо прочих доходов (расходов) по текущей деятельности;

– прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности включает сальдо доходов (расходов) по инвестиционной, финансовой и иной деятельности.

Чистая прибыль определяется как разница между прибылью до налогообложения и налогом на прибыль. Полученная чистая прибыль по решению учредителей подлежит распределению. В частности, она направляется на пополнение уставного и резервного капитала организации, на выплату дивидендов учредителям в соответствии с их долями в уставном капитале организации и иные цели.

В отличие от прибыли, которая показывает абсолютный эффект деятельности, существует относительный показатель эффективности работы предприятия – рентабельность. В общем виде он исчисляется как отношение прибыли к затратам и выражается в процентах.

Различают следующие виды рентабельности:

1) рентабельность производства (рентабельность основных средств)  $P_{п}$ , рассчитывается по формуле:

$$P_{п} = \frac{\Pi}{OC + НОС} \cdot 100 \%, \quad (4.1)$$

где  $\Pi$  – общая (валовая) прибыль за год (или другой период);

$OC$  – среднегодовая стоимость основных средств;

$НОС$  – среднегодовой остаток нормируемых оборотных средств.

2) рентабельность собственного капитала  $P_{к}$ , который характеризуется размером уставного капитала (акционерного капитала);

$$P_{к} = \frac{\Pi}{K_{с}} \cdot 100 \%, \quad (4.2)$$

где  $\Pi$  – чистая прибыль (с учетом уплаты процентов за кредит);

$K_c$  – собственный капитал, величина которого принимается по данным баланса и равна сумме активов за минусом долговых обязательств.

Показатель рентабельности собственного капитала интересует всех акционеров, т.к. определяет верхнюю границу дивидендов.

3) рентабельность совокупных активов  $P_a$  – характеризует эффективность использования всего наличного имущества предприятия:

$$P_a = \frac{\Pi}{K_a} \cdot 100 \%, \quad (4.3)$$

где  $K_a$  – средняя сумма активов баланса предприятия.

4) рентабельность продукции  $P_{\text{прод.}}$  характеризует эффективность затрат на ее производство и сбыт:

$$P_{\text{прод.}} = \frac{\Pi_p}{C_p} \cdot 100 \%, \quad (4.4)$$

где  $\Pi_p$  – прибыль от реализации продукции (работ, услуг);

$C_p$  – полная себестоимость реализованной продукции.

5) рентабельность отдельного вида продукции  $P_v$ :

$$P_v = \frac{\Pi_v - C_v}{C_v} \cdot 100 \%, \quad (4.5)$$

где  $\Pi_v$  и  $C_v$  – соответственно цена и полная себестоимость единицы определенного вида продукции.

6) рентабельность продаж  $P_p$  – показывает долю прибыли, приходящуюся на одну денежную единицу реализации (стоимость реализованной продукции  $V_p$ ):

$$P_p = \frac{\Pi}{V_p} \cdot 100 \%. \quad (4.6)$$

Прибыль и рентабельность не характеризуют в полной мере финансовое состояние предприятия и тенденции его изменения. Оно зависит от определенных финансовых пропорций, которые анализируются по данным бухгалтерского баланса.

Финансовая активность предприятия характеризуется следующими показателями:

- средним периодом оплаты дебиторской задолженности покупателями продукции предприятия;
- средним периодом оплаты кредиторской задолженности предприятия поставщикам;
- оборачиваемостью товарно-материальных запасов (как отношение объема продаж к величине запасов).

### Контрольные вопросы

1. Основные виды доходов и расходов организации.
2. Структура общей (валовой) прибыли.
3. Методика расчета основных показателей эффективности производства.

### Задачи

#### Задача 1.

Показатели	Значение
1. Реализовано продукции, тыс. руб.	1120,0
2. Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб	892,0
3. Прибыль от инвестиционной деятельности, тыс. руб	164,8
4. Прибыль от финансовой деятельности, тыс. руб	
а) уплачено штрафов и пени	19,6
б) взыскано штрафов с других предприятий	26,8
5. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	2906,0
6. Налог на прибыль, %	18
7. Плата за банковский кредит, тыс. руб.	2,8

Рассчитать рентабельность продукции.

#### Задача 2.

Выручка от реализации продукции – 1500 тыс. руб.; себестоимость реализованной продукции – 993 тыс. руб.; доходы от инвестиционной деятельности – 50 тыс. руб., расходы от инвестиционной деятельности – 74 тыс. руб.; доходы от финансовой деятельности – 10 тыс. руб. Определите прибыль и уровень рентабельности реализованной продукции.



### Задача 3.

Определить уровень и динамику прибыли от реализации продукции, если в отчетном году выручка от реализации продукции, с учетом косвенных налогов, составила 1102 тыс. руб., а за аналогичный период прошлого года – 901 тыс. руб. Себестоимость реализованной продукции соответственно составила 891 тыс. руб. и 701 тыс. руб. Управленческие расходы по периодам составили 200 тыс. руб. и 175 тыс. руб. Расходы на реализацию – 261 тыс. руб. и 192 тыс. руб. соответственно.

### Задача 4.

За отчетный период организация получила прибыль от реализации продукции 860 тыс. руб., прибыль от реализации основных средств – 124 тыс. руб., убыток от реализации производственных запасов – 380 руб. Организация начислила и оплатила налог на прибыль по действующей ставке. Чистая прибыль по решению акционеров распределяется следующим образом: 20 % – на пополнение уставного капитала организации, остальная сумма делится между учредителями и направляется на выплату дивидендов (1-й учредитель – 30 %; 2-й учредитель – 35 %; 3-й учредитель – 15 %; 4-й учредитель – 20 %).

### Задача 5.

Определить динамику прибыли от реализации продукции по следующим данным:

Показатель	За отчетный период, тыс. руб.	За аналогичный период прошлого года, тыс. руб.
1. Выручка от реализации продукции	4800	4400
2. Налоги и сборы, включаемые в выручку от реализации продукции	определить	определить
3. Выручка от реализации продукции (за вычетом налогов и сборов, включаемых в выручку от реализации)	определить	определить
4. Себестоимость реализованной продукции	3520	3378
5. Валовая прибыль	определить	Определить
6. Управленческие расходы	120	130
7. Расходы на реализацию	65	73
8. Прибыль (убыток) от реализации	определить	определить

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРА

1. Об инвестициях: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
2. Об экономической несостоятельности (банкротстве): Закон Республики Беларусь в ред. от 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 от 18 октября 1994 г., № 3321-ХП // Консультант плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь от 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 от 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 от 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 от 5 января 2015 г. № 231-3 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
8. О хозяйственных обществах: Закон Республики Беларусь от января 2006 г. // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 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 от 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 Беларусь от 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 от 28 июня 2007, № 302 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

13. Об утверждении Порядка расчетов между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 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 от 5 февраля 2013 г., № 63 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

15. О страховой деятельности: Указ Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г., № 530 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

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

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

18. Вабищевич, С. С. Правовое регулирование хозяйственной деятельности: учеб. пособие / С. С. Вабищевич, И. А. Маньковский. – Минск : Выш. шк., 2014. – 624 с.

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

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

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

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

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

24. 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.

25. Горбунов, А. Дочерние компании, филиалы, холдинги // А. Горбунов. – Москва : Юристь. – 2006. – 417 с.

26. Гушин, В. З. Гражданско-правовая ответственность / В. З. Гушин // Современное право. – 2014. – № 1. – С. 52–57.

27. 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 2

Составители:

**МАНЦЕРОВА** Татьяна Феликсовна

**КРАВЧУК** Елена Александровна

**ИВАНОВА** Татьяна Владимировна

Редактор *Е. В. Герасименко*

Компьютерная верстка *Е. А. Беспанской*

Подписано в печать 17.02.2020. Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная. Ризография.

Усл. печ. л. 3,55. Уч.-изд. л. 2,77. Тираж 100. Заказ 828.

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.