

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**Автономное профессиональное образовательное учреждение Удмуртской Республики  
«Техникум радиоэлектроники и информационных технологий им. А.В. Воскресенского»**

**Практические работы  
по дисциплине «Основы предпринимательства»  
специальность 11.02.02. «Техническое обслуживание и ремонт радиоэлектронной  
техники»**

Разработали  
преподаватель:

Е.Ю. Агапитова

Ижевск, 2024

## Практическая работа № 1

### «Определение личных способностей к предпринимательству»

**Цель:** ознакомиться с критериями определения способностей к предпринимательской деятельности.

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения:** 2 часа

#### Указания к работе:

Вам предстоит самостоятельно изучить тему «Определение личных способностей к предпринимательству». Критерии определения способностей к предпринимательской деятельности» Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

#### Ход работы:

В данной работе вам предлагают составить портрет человека, который может заниматься предпринимательской деятельностью.

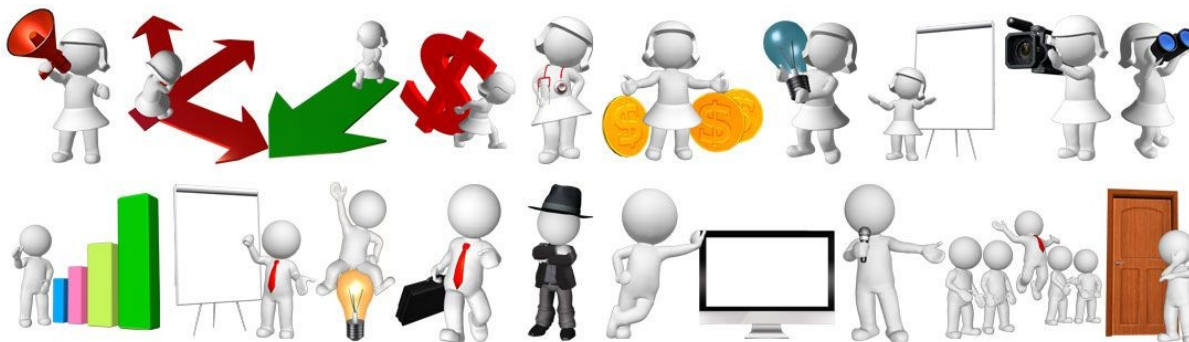
**1. Перечислите качества, которыми как вы считаете должен обладать предприниматель в виде схемы-рисунка (графа дополнение в 1 задании не заполняется)**

Предпринимательская деятельность требует от человека особых качеств, которые иногда называют естественной компетенцией. Научиться этого очень трудно, а иногда и просто невозможно. Это чрезвычайная природная способность принимать правильные решения, быстро приспосабливаться к изменениям и определять направление движения, эффективно общаться с людьми, быть смелым и инициативным. Случается так, что природная интуиция и эмоциональная гибкость в предпринимательстве являются более важными, чем глубокие знания. Именно поэтому предпринимателей еще называют менеджерами, стратегами, управленцами, организаторами, лидерами и т.д. - людьми, которые умеют эффективно управлять другими людьми, процессами, идеями, знаниями - так, чтобы они приносили прибыль.

Дополнение	Предприниматель	Качества, которыми должен обладать предприниматель
		

2. Прочитайте текст «Личность и качества предпринимателя» и в графе дополнение схемы-рисунка внесите информацию, которую вы посчитали важной, но не указали первоначально.

### Личность и качества предпринимателя.



Не каждый человек может стать предпринимателем. Есть нечто, что одним людям позволяет, а другим не дает возможности интегрироваться в процесс предпринимательской активности. Что же кроется за этим "нечто"? Образованность и широта мышления? Удача, случай, везение? Соответствующие действия, предпринимаемые в нужное время в нужном месте, в нужной форме? Конечно же и то, и другое, и третье, а точнее — их эффективная комбинация. Но и этого недостаточно. Есть еще и сам предприниматель с индивидуальными качествами, свойствами, характеристиками, которые приобретают определяющее значение в его становлении в качестве предпринимателя. Известно, что многие заканчивают престижнейшие в мире учебные заведения, но не все из них становятся преуспевающими предпринимателями или бизнесменами.

*Кто такой предприниматель и почему человек становится предпринимателем? Ответы на эти вопросы в каждой конкретной ситуации могут быть неоднозначными.*

**Новаторство** - базовая характеристика при описании предпринимателя, но проявляться она может в разных формах. Прежде всего, следует заметить, что он редко выступает в качестве изобретателя. Предприниматель-новатор чаще всего знает, как можно эффективно использовать результаты изобретений, находок, открытий, осуществленных кем-то. Он умеет анализировать эти новинки применительно к желанию производить что-то новое, оригинальное, что, несомненно, вызовет интерес рынка, потребителя.

**Умение сформировать команду** - Предприниматель редко осуществляет свои идеи в одиночку. Выигрывает, конечно же, тот, кто в состоянии создать нужную команду, способную эффективно воздействовать на процесс реализации предпринимательской идеи. В этой связи перед предпринимателем возникают непростые задачи, какого профиля специалисты нужны, какими личностными качествами они должны обладать, смогут ли они вписаться в тот психологический климат, который предприниматель конструирует.

*Бизнесом занимается человек, и эффект от любой деятельности зависит именно от человека, и прежде всего от уровня культуры труда.*

Особое значение в деятельности предпринимателя имеет способность к творчеству. Творческие начала требуются как при разработке предпринимательской идеи, так и в ходе ее реализации. С этой точки зрения предпринимательство может быть охарактеризовано как искусство организации и осуществления дела.

**Готовность и умение принимать решения** - Особо выделим одно (может быть, самое главное) качество предпринимателя — его готовность и способность к принятию решения. Такое качество можно назвать и по-иному — способность принять на себя ответственность. Действительно, принимая решение, предприниматель берет на себя ответственность за его последствия не только перед теми, кто помогает ему в реализации идеи, не только перед своими партнерами, но и перед своим будущим. Однако процесс принятия ответственности — одновременно и процесс взятия (принятия) на себя риска. Следовательно, способность и готовность к риску — также качества, свойственные предпринимателю. Может быть, именно этим требованием или достаточно четким осознанием такого требования и объясняется феномен предпринимателя.

**Способность к мобилизации** - Однако, все личностные качества и характеристики, которые были проанализированы, могут оставаться на уровне потенциалов, если человеку не свойственна еще одна способность — к мобилизации, под которой мы понимаем способность приведения всех возможностей в активное состояние, т. е. в состояние готовности к действиям. Мобилизационные (или организаторские) способности, которые многие исследователи относят к прирожденным свойствам человека, включают умение мобилизовать:

- себя, т. е. сконцентрироваться на какой-то идее, действии, факте или событии;
- необходимые ресурсы в нужной форме, качестве и количестве;
- существующие связи, контакты, отношения.

Личностные характеристики предпринимателя могут быть связаны с его природной предрасположенностью к профессиональному ведению дел или являются результатом специальной подготовки и приобретенного опыта, а чаще всего представляют собой комбинацию того и другого.

**3. Выберите степень проявления у вас, следующих качеств.** Подсчитайте количество баллов. Если вы выбрали больше всего качеств из первого столбика (по 4 балла), значит, вы имеете все шансы стать успешным бизнесменом.

Критерии определения способностей к предпринимательской деятельности

Критерии	4 балла	3 балла	2 балла	1 балл
<b>Инициативность</b>	Ищет дополнительные задания, чтобы испытать себя	Проявляет способности к выполнению поставленных задач	Просто выполняет необходимый объем работ без напоминания	Ждет указания по выполнению задания
<b>Умение общаться</b>	Умеет находить подход к каждому человеку, заинтересовывать ее	Приятный в общении, вежливый	Иногда с ним трудно работать	Неконтактный, непредсказуемый, с ним тяжело работать
<b>Лидерство</b>	Сильный, создает впечатление человека, которому можно доверять	Дает эффективные распоряжения	Может быть активным в конкретной ситуации	Склонен подчиняться другим
<b>Ответственность</b>	Четко выполняет все, о чем было договорено	Соглашается с поручениями старших	Соглашается с поручениями без особого желания	Уклоняется от выполнения поручений
<b>Организаторские способности</b>	Четко выполняет все, о чем было договорено	Может организовать товарищей для выполнения конкретного задания	Может организовать людей, но иногда не достигает успеха	Не умеет организовать людей
<b>Решительность</b>	Быстро, точно и уверенно принимает решения	Осторожен и осмотрителен в принятии решений	Принимает решения быстро, но часто допускает ошибки	Принимая решение, проявляет сомнения в их правильности
<b>Направлен на достижение цели</b>	Не боится трудностей на пути достижения определенной	Прилагает последовательные усилия для достижения цели	Иногда отказывается от определенной цели	Не умеет четко определять цель и способы ее достижения

**Ключ к тесту**

1-7 баллов - низкий уровень способностей к предпринимательской деятельности.

8-14 баллов - средний уровень способностей к предпринимательской деятельности.

15-21 баллов - достаточный уровень способностей к предпринимательской деятельности.

22-28 баллов - высокий уровень способностей к предпринимательской деятельности.

А теперь сравните свои качества с теми, которые должны отличать врожденного будущего миллионера.

К важных качеств психологического портрета предпринимателя относятся:

- ◆ в интеллектуальном блоке: компетентность, комбинаторный дар, развитое воображение, реальная фантазия, развитая интуиция, перспективное мышление;
- ◆ в коммуникативном блоке: талант координатора усилий сотрудников, способность и готовность к социально лояльному общению с другими людьми и умение двигаться против течения;
- ◆ в мотивационно-волевом блоке: склонность к риску;

**4. Сделайте вывод, записав его в тетрадь по определению личных способностей к предпринимательству.**

## Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	40	в колонке «Качества, которыми должен обладать предприниматель» перечислено более-10 качеств -40 баллов менее 7 качеств-30 баллов менее 5 качеств -20 баллов
Задание 2.	30	дополнено более 5 примеров-30 баллов дополнено менее 3 примеров-15 баллов дополнено менее 2 примеров-5 баллов
Задание 3	5	успешно прошёл тестирование - 5 баллов
Задание 4.	25	Аргументированный вывод-25 баллов Не полный, не чёткий вывод -20 баллов Мало аргументированный вывод -10 баллов.
Итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

**Спасибо за работу!**

**Практическая работа № 2**

**«Где открыть свой офис или фирму»**

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения работы:** 2 часа

**Указания к работе:**

Вам предстоит самостоятельно изучить тему по расположению офиса или фирмы, а также малого предприятия. Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

## Ход работы:

В данной работе вам предлагают составить полную картину достоинств и недостатков расположения офиса или фирмы в разных районах.

### 2. По прочитанному материалу составьте кластер, по расположению фирмы или офиса выбрав один из вариантов предложенной деятельности:

- 1.1 Массажный салон
- 1.2 Компания IT-технологий
- 1.3 Мастерская по ремонту автомобилей
- 1.4 Производство детской одежды
- 1.5 Создание сайтов.

### Методические указания по написанию кластера и приведённый ниже пример.

**Кластер** ([англ. cluster](#) — скопление, кисть, рой) — объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами.

1. написать ключевое слово или предложение в середине листа бумаги.
2. Записать слова или предложения, которые приходят на ум.
3. По мере того как у вас возникают идеи, вы их записываете.
4. Выписать столько идей, сколько придёт на ум.



### Где открыть свой офис или фирму?

В 2002 году Билл Гейтс заметил, что вскоре останутся два вида компаний: те, которые вышли в Интернет, и те, которые вышли из бизнеса. Однако даже сегодня, в век Интернета, шансы на успех Вашей компании в большой степени зависят от ее месторасположения.

Гордон Селфридж сформулировал три основных фактора, определивших успех его бизнеса: расположение, расположение, расположение.



1. Возможно, Вам необходимо быть территориально рядом с клиентами. Однако это не означает, что все бизнес-подразделения Вашей компании должны быть расположены там, где находятся Ваши клиенты.
2. Сегодня виртуальный офис с почтовым адресом и секретарем создает эффект физического присутствия Вашей компании рядом с клиентами, в то время как головной офис будет расположен в другом, экономически более выгодном месте, откуда Вы сможете дистанционно обслуживать своих клиентов. Виртуальное присутствие означает возможность открывать представительства компании сразу во многих местах и обеспечивать их снабжение из одного дистрибьюторского центра.
3. Вам необходим доступ к надежной инфраструктуре. Гибкое рабочее пространство, каналы связи, высокоскоростной беспроводной Интернет, услуги печати и административная поддержка помогут Вашим сотрудникам приступить к выполнению своих обязанностей с самого первого дня. Даже если Вы захотите выйти на международный рынок, Вам не придется беспокоиться о том, где найти офисные помещения.
4. Вам необходимо быть там, где находятся люди, которых можно нанять для решения необходимых Вам задач. Это одна из причин, по которой компании внутри одного сектора экономики обычно располагаются поблизости друг от друга. Примером в сфере высоких технологий может служить Силиконовая долина в Калифорнии. Возможно, Вы не захотите предлагать им более высокую заработную плату, чем у конкурентов, но Вы можете предложить им более гибкие условия работы, которые сделают Вас более привлекательным работодателем.

5. Вероятно, Вы захотите выбрать регион, где можно получить финансовую поддержку в сфере подбора или подготовки кадров. Существует множество программ на местном или региональном уровнях, которые предлагают финансовую помощь стартапам. Часто такие программы действуют в регионах экономического спада, где заработная плата и так достаточно низкая. Кроме того, в некоторых странах низкий подоходный налог делает их привлекательными для бизнеса. Одной из причин, по которой так много высокотехнологичных компаний расположено в Сिएтле, является нулевая ставка налога на доходы физических лиц в штате Вашингтон

### **Мало, какой бизнес сегодня можно вести исключительно в виртуальном пространстве**

Хотя в последние годы тенденция к виртуализации (то есть переходу в интернет) всех сфер предпринимательской деятельности приобрела лавинообразный характер, мало какой бизнес сегодня можно вести исключительно в виртуальном пространстве. Для нормального функционирования компаниям всё еще требуются офисы, складские помещения, производственные площадки, торговые помещения и т.д. Очевидно, что многие сферы предпринимательской деятельности никогда не смогут полностью отказаться от использования коммерческой недвижимости в своей деятельности.

Нежилые помещения с точки зрения их пользователя бывают двух типов — арендованные и собственные. Конечно, любому предпринимателю хочется использовать только собственную коммерческую недвижимость. Главным ее преимуществом являются низкие текущие расходы: предприниматель платит только коммуналку, государственный налог и, время от времени, несет расходы по поддержанию помещения в пригодном для работы состоянии. А вот в случае аренды к этим расходам прибавляется еще и арендная ставка, которая может съесть львиную долю бюджета фирмы. Но факт в том, что покупка собственной недвижимости — непопустительная роскошь для большинства молодых компаний.

Но перед тем, как заключить договор аренды или покупки офисного или торгового помещения, следует внимательно присмотреться к предмету торга, чтобы убедиться в его пригодности для Ваших целей и возможностей.

Первым делом давайте коснемся вопроса перевода жилой недвижимости в нежилой фонд. Не секрет, что закон позволяет переводить квартиры в многоэтажках в статус коммерческой недвижимости при соблюдении определенных правил. Значительную часть предложений о продаже торговых и офисных помещений на первых этажах зданий как раз и составляют такие объекты — реконструированные квартиры. Если Вы хотите купить обычную квартиру, чтобы переоборудовать ее под офис, магазин или парикмахерскую, сначала убедитесь, что Вам удастся соблюсти все требования законодательства в процессе смены статуса недвижимости. Также стоит быть готовым к конфликтам с жильцами дома и противодействию со стороны чиновников. В конечном итоге, такой путь может оказаться или очень выгодным, или неоправданно затратным. В большинстве случаев, проще купить или арендовать объект, уже давно выведенный из статуса жилой недвижимости. При таком раскладе Вы получаете помещение со всеми документами, а жильцы дома давно привыкли к соседству с коммерческим помещением. И всё же с бывшими квартирами стоит быть аккуратнее.

Во-первых, даже располагаясь в удобном месте, такой объект вовсе не обязательно обеспечит Вам стабильный поток клиентов. Для офиса расположение не так критично, но вот магазин или парикмахерская могут оказаться совершенно невостребованными, даже если окажутся буквально в 50 метрах от «нахоженной тропы». Угадать с этим аспектом порой бывает очень трудно. Поэтому в первое время лучше обойтись арендой такого объекта. За несколько месяцев Вы поймете, насколько удачно расположено данное помещение и стоит ли его приобрести в собственность.

Во-вторых, недостатком бывших квартир является невозможность расширения используемой площади. Чтобы расширить торговый зал или офис, придется либо переезжать на другое место, либо выкупать соседние помещения, которые, скорее всего, окажутся обычными квартирами, требующими перевода в статус нежилого фонда. Любой переезд — это стресс для бизнеса, поскольку неизбежно теряется часть наработанной клиентуры и застопоривается рабочий процесс. Ну, а смена статуса для недвижимости, как уже говорилось, довольно хлопотная процедура. Альтернативой бывшим квартирам являются помещения в старых административных зданиях советских времен. Здесь уже не нужно воевать с соседями и мучиться с переводом площадей в другой статус. К тому же аренда в таких зданиях намного ниже. Но старые здания страдают двумя недостатками — у них устаревшие коммуникации и сами здания часто находятся в довольно

плачевном состоянии. На практике это означает, что с высокой долей вероятности Вам придется делать дорогостоящий ремонт в помещении, что не всегда хорошо для арендаторов, часто и так не располагающих значительными финансовыми ресурсами. В случае же покупки помещений в таких зданиях Вы становитесь его заложником, поскольку со временем стоимость недвижимого имущества будет расти медленнее, чем в более новых сооружениях, или даже будет постепенно снижаться.

Оптимальным решением для размещения офиса являются современные бизнес-центры, построенные специально для того, чтобы в них размещались офисы. Такие помещения полностью отвечают всем необходимым требованиям, но цена продажи и аренда у них тоже самая высокая

## Домашний офис

Большинство фрилансеров ("фриланс" можно расшифровать, как заниматься свободной работой. Такая свобода обозначает работу без начальства на самого себя.) работают дома. Но законно ли



размещать офис в городской квартире? И что делать, если нужно нанимать помощников – снимать дорогой офис или можно работать с коллегами в квартире? Мы решили разобраться в этом вопросе. В статье 17 Жилищного кодекса РФ говорится:

*Допускается использование жилого помещения для осуществления профессиональной деятельности или индивидуальной предпринимательской деятельности проживающими в нем на законных основаниях гражданами, если это не нарушает права и*

*законные интересы других граждан, а также требования, которым должно отвечать жилое помещение.*

Обратите внимание, в статье есть ряд ограничений:

- В жилых помещениях запрещено размещать промышленные производства.
- Юридические лица (ООО, ЗАО, ОАО) размещать офис в квартире не могут. Поэтому если вы планируете делать офис в квартире, регистрируйте ИП.
- Запрещено нарушать законные права и интересы соседей. Например, шуметь, разбрасывать мусор.
- Запрещено нарушать требования, предъявляемые к жилому помещению. Например, вам нельзя демонтировать из квартиры кухонную плиту.
- В помещении вы должны находиться на законных основаниях. То есть квартиры должна быть в вашей собственности или официально арендована (с договором аренды).

На практике это означает, что вы можете размещать офис в жилом помещении без перевода его в нежилой фонд, если соседи не будут на вас жаловаться. Конфликты могут возникнуть, если в домашний офис приходит много народу, в подъезде постоянно находятся чужие люди, ваши сотрудники курят на лестничной площадке, мусорят, шумят, иным образом привлекают к себе внимание. Если же вы соблюдаете чистоту и тишину, претензий, как правило, не возникает.

Часто офисы в квартирах размещают не только фрилансеры, но и небольшие агентства, студии и даже интернет-магазины (в одной комнате – склад, в другой – работают менеджеры). Поэтому работайте дома и не переживайте – это абсолютно законно.

Несколько нюансов

1. Офис в квартире обойдется в 3-4 раза дешевле, чем аренда помещения в офисном центре. Для небольшой команды – это оптимальный вариант. Интернет и прочие услуги вы тоже сможете оплачивать как физическое лицо и экономить на этом.
2. Если вы арендуете квартиру под офис, обязательно предупредите владельца об этом. Он может расторгнуть договор аренды, если узнает, что квартиру вы взяли не для проживания, а для офиса.
3. Не стоит афишировать всем, что вы работаете на квартире. Обычно никто не против, но лишние конфликты вам тоже не нужны.
4. Соблюдайте тишину и чистоту в подъезде.
5. Имейте на руках документы, подтверждающие ваше законное нахождение в квартире. На случай проверки.



6. На первом этаже жилые помещения можно официально перевести в нежилой фонд и тогда арендовать их смогут юридические лица. Однако перевод – дело длительное и затратное. Потребуется делать отдельный вход в квартиру с улицы.

**2. Используя полученные знания, выделите преимущества и недостатки различных вариантов размещения бизнеса (офисные здания, квартира в жилищном помещении и т.д.)**

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	70	указаны основные требования по открытию фирмы или офиса 70 баллов нарушена смысловая цепочка при написании кластера 50 баллов указаны не все требования и нарушена смысловая цепочка 30 баллов
Задание 4.	30	Аргументированный вывод по достоинствам и недостаткам- 30 баллов Не полный, не чёткий вывод -20 баллов Мало аргументированный вывод -10 баллов.
Итого	100	

**Критерии оценки практического занятия**

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

*Спасибо за работу!*

**Практическое занятие №3**

**Тема: «Отбор перспективной бизнес – идеи.**

**Обоснование конкурентных преимуществ бизнес - идеи»**

**Цель:** ознакомиться с понятием «Бизнес-идея», как её можно выбрать по принципу перспективности и конкурентно способности.

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время проведения занятия:** 2 часа

**Указания к работе:**

Вам предстоит самостоятельно изучить тему «Бизнес – идея». Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

**Ход работы:**

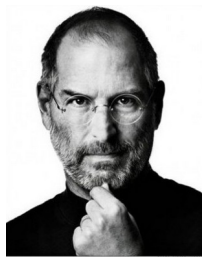
Водопроводные краны использовались очень широко, но при подключении сантехники всегда применяли металлические трубы. Из-за этого приходилось вызывать сантехника, он гнул трубы и с использованием сварочного аппарата, наконец, устанавливал кран. Потом догадались выпустить специальные шланги для водопровода. Теперь каждый может подвести воду к крану на кухне самостоятельно с помощью обычного гаечного ключа.

**1. Подходящая бизнес-идея.** В данной работе вам предлагают подумать и ответить на вопрос: **Что же такое идея? На что необходимо опираться, чтобы найти для себя подходящую бизнес - идею.**

**Прочитайте текст, сделайте выводы и запишите их по предложенной схеме.**

**Выберете и спешите в тетрадь одно из высказываний известных людей, которое как вам кажется, будет отвечать и вашим представлениям об идее.**

Уважаемый читатель текст состоит из высказываний известных людей добившихся в своей деятельности больших результатов, а также комментариев по бизнес - идее.



**Стив Джобс:** Я убеждён, что единственная вещь, которая помогла мне продолжать дело была то, что я **любил** своё дело. Вам надо найти то, что вы любите. И это так же верно для работы, как и для отношений. Ваша работа заполнит большую часть жизни и единственный способ быть полностью довольным – делать то, что, по-вашему, является великим делом. И единственный способ делать великие дела – любить то, что вы делаете



**.Майкл Э. Гербер:** Предпринимательская натура превращает самые обычные условия в необыкновенные возможности. Предприниматель является нашим прорицателем, фантазером, той энергией, которая необходима для каждого нашего поступка. Предпринимательское воображение приоткрывает перед нами завесу над будущим. Предприниматель является катализатором перемен. Он никогда не живет прошлым, лишь иногда — настоящим и практически всегда — будущим.

**Успешной в первую очередь надо признать бизнес-идею, которая находит незанятую нишу на рынке, является оригинальной.**

Например, один предприниматель решил изготавливать специально защищенные светильники для подъездов жилых домов. Его выбор был основан на том, что существующие защищенные («гаражные») светильники оберегают лампочку от ударов, но не предотвращают ее кражу. Сконструированный им светильник был неказист, но зато делал невозможной кражу лампочки и всего светильника без специального инструмента. Этот начинающий предприниматель предложил товар, которого не было на рынке, поэтому его бизнес-идею стоит оценить как очень успешную.

**Как же найти оригинальную идею?**

Оригинальные идеи приходят в голову каждому, только мы их отбрасываем как глупые или нереальные. Сейчас по телевидению предлагают множество товаров, и большинство из них основано на простой, но оригинальной идее. Например, некоторое время назад активно рекламировались швабры, позволяющие выжимать «тряпку», не замочив руки. Казалось бы, ничего сложного. Непонятно, почему это раньше никому в голову не приходило. Наверное, никому не хотелось мочить руки, многие думали, что стоило бы изобрести такую швабру, но только один взялся реализовать эту идею.



**Дональд Трамп:** Нет ничего более преступного для финансового благополучия, чем придумать отличную идею и не удосужиться реализовать ее. Часто не требуется даже придумывать, достаточно только применить увиденное в другой области. Гибкие шланги

Даже самая успешная бизнес-идея может быть совершенно не подходящей для вас. К примеру, сейчас комиссионная торговля переживает второе рождение, и мысль открыть комиссионный магазин представляется перспективной. Но если вы никогда не были связаны с торговлей и плохо ориентируетесь в ценах, то вам не стоит этим заниматься.

**Подходящая бизнес-идея – это такая идея, которая опирается на возможности бизнесмена, его знания и опыт.**

**КАК ОПРЕДЕЛИТЬ**, подходит ли вам та или иная идея бизнеса? Проще простого: ответьте на вопрос, почему именно вам этот бизнес удастся лучше, чем другим. **В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ**, следует оценить свои профессиональные навыки. Имеете ли вы образование и опыт в той сфере, в которой собираетесь заняться бизнесом? Если да, то это уже огромный плюс. **ВПОЛНЕ ВОЗМОЖНО**, что вы не профессионал, но способный любитель-самоучка. Это тоже неплохо. Большинство женщин не обучались на парикмахера или визажиста, но они понимают в этом толк, им нравится эта деятельность. Женщине не потребуется много времени для того, чтобы достичь профессионального мастерства. Именно поэтому подобный

бизнес гораздо более подходит женщинам, чем мужчинам, хотя среди известных парикмахеров – немало мужчин.

**Редко кто рассматривает свое хобби как основу бизнеса.** А жаль, это очень подходящий бизнес: вы много знаете в этой области, имеете опыт, любите свое хобби, а сделанная с любовью работа обязательно будет оценена потребителем, будь то вышивание бисером или выращивание цветов.

**Наконец, бизнес может быть подходящим в силу ваших личных особенностей.** Печатанье на машинке требует аккуратности и терпения, такая деятельность аккуратному и терпеливому человеку подойдет гораздо больше, чем быстро печатающему, но делающему много ошибок. Не стоит становиться продавцом тому, кто не любит общаться с людьми и свободное время проводит один перед телевизором.

**БИЗНЕС МОЖЕТ** оказаться подходящим, если вы имеете какое-то оборудование для его ведения или площади для его размещения. Например, если вам в наследство достался старенький частный дом рядом с бензоколонкой, то вам вполне может подойти придорожная торговля, ведь у других, пусть более опытных бизнесменов, нет столь удачно расположенного участка земли.

**Подведем итог: ваши особенности – знания и умения, черты характера, имущество, которым вы владеете – могут сделать вас более приспособленным для ведения какого-то бизнеса. Вы сразу получаете преимущество по отношению к тем, кто данными качествами не обладает.**



**Брайн Трейси:** Все успешные люди — это большие мечтатели. Они представляют, каким должно быть их будущее до мельчайших подробностей, а потом работают над воплощением задуманного.



Рис № 1. На что необходимо опираться, чтобы найти для себя подходящую бизнес - идею.

- ✓ Посредственная идея, которая порождает энтузиазм, пойдёт дальше, чем хорошая идея, которая не вдохновляет никого.

**Мэри Кэй.**

- ✓ Капитал не так важен в бизнесе. Опыт не так важен. Вы можете получить обе эти вещи. Что важно, так это идеи.

**Харви С. Файрстоун.**

- ✓ Воздух наполнен идеями. Они стучатся к вам голову всё время. Вы только должны знать, чего хотите, затем забыть это, и заниматься своими делами. Неожиданно идея войдёт в вашу голову. Она была там всё время.

**Генри Форд.**

- ✓ Идеи – сырьё прогресса. Всё вначале складывается из идей. Но идея сама по себе ничего не стоит. Идея, как машина, должна иметь мощность, подводимую к ней, прежде чем сможет достигнуть чего-нибудь.

**Барри С. Форбс.**

- ✓ Возьмите одну идею. Убедитесь что это идея всей вашей жизни – думайте об этом, мечтайте, живите этой идеей. Пусть ваш мозг, мышцы, нервы и каждая часть вашего тела будет наполнена

этой идеей, просто оставьте всё остальное в стороне. Это путь к успеху, то есть путь, на котором создаются великие духовные гиганты.

Свами Вивекананда.

- ✓ Способность превращать идеи в вещи, вот секрет внешнего успеха.

Генри Уорд Бичер.

- ✓ Способ получить хорошие идеи заключается в получении большого количества идей, и избавлении от плохих идей.

Д-р Лайнус Полинг.

**2. Что же, дело за малым, если вам нужны идеи, начните их генерировать!** Руководствуясь тремя простыми шагами, предлагаем вам выбрать бизнес-идею. **Первый шаг:** За 4-5 минут запишите в тетрадке, ЧТО ВЫ ЛЮБИТЕ ДЕЛАТЬ!!! (хобби, интересы, увлечения) Пунктов должно быть не менее 10.

**Второй шаг:** Проанализируйте каждый пункт, рассуждая, что у вас лучше всего может получиться, чем вы владеете, что вы больше знаете, умеете. Выберете лучших ТРИ идеи. Запишите идеи в таблицу и заполните внешние и личные факторы, отвечая на поставленные вопросы.

Влияние внешних и личных факторов.

табл. № 1.

Бизнес-идея	Внешние факторы		Личные факторы	
	Почему этот бизнес будет успешным?	Почем у этот бизнес может не быть успешным?	Почему именно мне стоит этим заняться?	Почему именно мне не стоит этим заниматься?
Пример. Изготовление деревянной мебели	1. Все больше ценятся индивидуальные вещи. 2. Люди озабочены экологической чистотой.	1. Ручная мебель стоит дороже. 2. Из Белоруссии привозят качественную и не очень дорогую деревянную мебель.	1. Я профессионал в изготовлении мебели. 2. У меня есть оборудованная мастерская.	1. Я плохо разбираюсь в моде на мебель. 2. У меня аллергия на мебельные лаки.

**Третий шаг:** После проделанной работы проще всего остановиться на одной идее. Выпишите её и напишите краткое резюме, в чём будет заключаться ваш бизнес.

Резюме пишется для того, чтобы охарактеризовать идею, заинтересовать читающего и ознакомить его с целями и задачами. Основным козырем является товар, который будет поставляться на рынок. Опишите, что именно представляет собой Ваш товар, для чего он? Представьте его полную характеристику и особенности, чем он отличается от аналогичных продуктов и чем нов для этого. Насколько Ваш товар конкурентоспособен, и в какой мере удовлетворяет потребности потребителей.

**Роберт Кийосаки:** Знания - это деньги нашего времени, а разум - самый ценный актив, дарованный нам Богом.



Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	20	Каждый правильный ответ по схеме 5 баллов

Задание 2.1	20	Правильно выполненный первый шаг одна идея – 2 балла
Задание 2.2	30	Правильно выполненный второй шаг Выбор бизнес – идеи, её описание по таблице 10 баллов
Задание 2.3	30	Правильно выполненный третий шаг Аргументированное резюме, 30 баллов Не полное, не чёткое резюме 20 баллов Мало аргументированное резюме 10 баллов.
Итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

### *Спасибо за работу!*

**P.S.** Надеюсь, выполняя данное практическое задание, **ВЫ**, действительно записали свои увлечения и любимые дела, не просто отписались ради оценки как это, к сожалению, бывает у современных студентов. Заставили **СЕБЯ** подумать, как с помощью своего хобби, можно найти работу по душе и заработать деньги!

И как говорил Уолт Дисней о своём детище - Диснейленде. «Диснейленд является трудом любви. Мы не пошли в Диснейленд только с идеей делать деньги».

### **Практическое занятие № 4** **Имитационная игра на сегментирование рынка «Гостиница»**

**Цель:** ознакомиться с сегментированием рынка – одним из важнейших инструментов маркетинга. Разобрать основные критерии сегментирования рынка на основе гостиничного бизнеса.

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения работы:** 2 часа

#### **Указания к работе:**

Вам предстоит самостоятельно изучить тему сегментация рынка. Разобравшись в том, как правильно её проводить, будет, зависит успех фирмы в конкурентной борьбе. Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

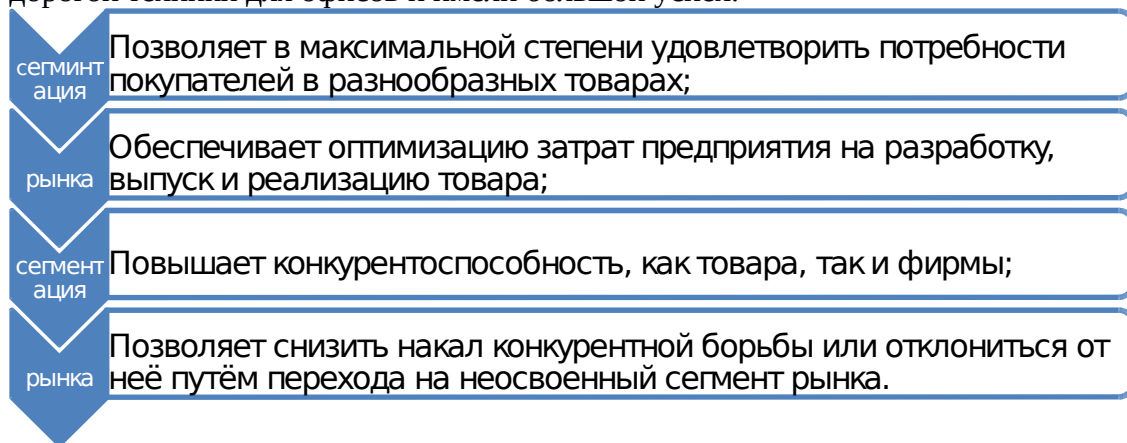
#### **Ход работы:**

**1. Прочитайте текст. Ознакомьтесь с понятиями «Сегмент», «Сегментация рынка», «Сегментация потребительского рынка», составьте конспект в виде предложенной схемы.**

**Сегмент** — группа покупателей, обладающая похожими потребностями, желаниями и возможностями. Разделение рынка на различные сегменты и их последующее изучение позволяет фирмам сконцентрировать свое внимание на наиболее перспективных, с точки зрения прибыльности, сегментах.

**Сегментация рынка** – один из важнейших инструментов маркетинга. От того как она будет проведена, зависит успех фирмы в конкурентной борьбе. Очень часто при сегментировании рынка оказывается, что существует часть рынка, которой пренебрегли как производители, так и торговцы. Например, японцы нашли такую часть рынка на множительную технику для небольших контор,

конструкторских отделов и т.д., когда остальные производители увлеклись созданием большой дорогой техники для офисов и имели большой успех.



Сегментация может быть произведена как на потребительском, так и на промышленном рынке (рынке организаций). Рынок формируется под воздействием множества разных условий. Их подразделяют на две большие группы: внутренние, которые находятся под контролем предприятия и внешние, которые оно изменить не в состоянии. Так предприятие может улучшить организацию производственного процесса, снабжение, манипулировать финансами, кадрами, материальными ресурсами, выбрать формы оплаты труда и методы его материального стимулирования, находя более оптимальные режимы работы. Однако оно не в силах влиять на демографические и социально-культурные характеристики населения, систему государственных законов, формы правительственного контроля, общую конъюнктуру рынка, а также ряд других внешних по отношению к собственной деятельности предпосылок, не учитывая которые оно в то же время не может.

**Сегментация потребительского рынка** может быть произведена по нескольким признакам: географическому, демографическому, психографическому, поведенческому, при этом каждому из этих признаков присущи свои переменные. Иногда компании для получения всеобъемлющей информации о покупателях выделяют сегменты на основе совокупности признаков. Покупатели отличаются друг от друга по самым разным параметрам, и любой из них можно использовать для сегментации. Надо признать, что маркетинговая теория не имеет точных ответов на вопрос связи конкретного товарного рынка и признаков сегментации. Выбор нужного признака происходит за счет интуиции и профессионального опыта маркетолога.

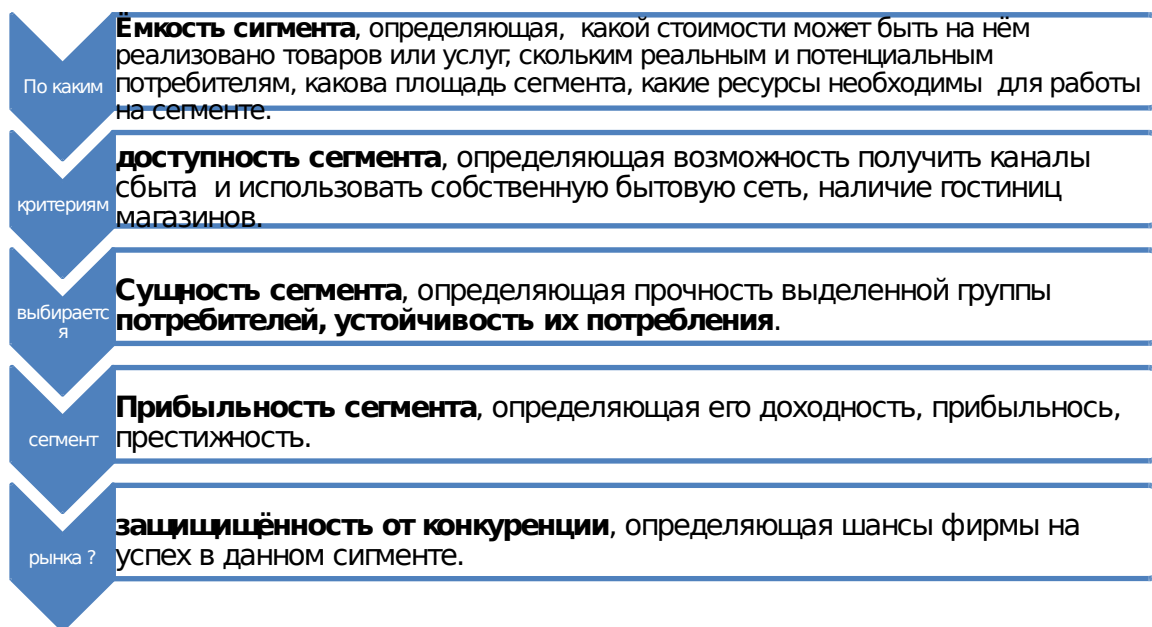
#### **Признаки сегментации потребительского рынка.**

Табл. № 1

<b>признак</b>	<b>группы</b>
<b>Географическая сегментация</b>	
Регион	Центрально-Чернозёмный район, Нечерноземье, Урал, Кавказ,
Административное деление	Дальний Восток и т.д.
Плотность населения	Республика, край, область, район, город
климат	Город, пригород, сельская местность
	Умеренно-континентальный, континентальный, субтропический, морской
<b>Демографическая сегментация</b>	
Возраст (лет)	До 6, 6-11, 12-19, 20-34, 35-49, 50-64, 65 и более
Пол	Мужской, женский
Размер семьи	1-2, 3-4, 5 и более
(человек)	Молодёжь, не состоящая в браке; молодые семьи без детей;
Семейное положение – возраст	молодые семьи с ребёнком не старше 6 лет; молодые семьи с детьми младше и старше 6 лет; пожилые супруги; одинокие
Уровень дохода (рубли)	пожилые люди и т. д.
Уровень образования	До 7000, 7000 – 10000, 10000 – 15000, 20000 – 25000 и т. д.
Религия	Основное общее; среднее; средне специальное; незаконченное высшее; высшее; учёная степень
Национальность	Православная, католическая и др.
	Русские, украинцы, белорусы, узбеки, грузины, евреи, татары,

	башкиры и т. д.
<b>Психологическая сегментация</b>	
Социальный слой	неимущие; среднего достатка; более высокого уровня достатка,
Стиль жизни	чем средний; высокого достатка; очень высокого достатка.
Личные качества	Богемный, элитарный, молодежный, спортивный и т. д. Импульсивность, омбициозность, стадный инстинкт и т. д.
<b>Поведенческая сегментация</b>	
Степень случайности покупки	Приобретение товаров обычно носит случайный характер; приобретение товаров иногда носит случайный характер
Поиск выгод	Желают приобрести товар высокого качества; ищут дешевый товар; требуют хорошего обслуживания
Степень потребности в продукте	Нужен постоянно; нужен время от времени; не нужен
Степень готовности купить продукт	Не желаю покупать; не готовы купить сейчас; недостаточно информированы, чтобы купить; интересуются продуктом;
Эмоциональное отношение к продукции	стремятся купить; обязательно купят Энтузиазм; положительное; безразличное; негативное; враждебное

## Выбор целевого рынка предприятия.



2. Выслушайте объяснения преподавателя т. к. дальнейшая работа предстоит в команде. Необходимо проанализировать пакет документов и выполнить задание по сегментированию рынка «Гостиница».

2.1 Прочитайте текст. И руководствуясь отрывками из статей и личным опытом, составьте сегментацию рынка гостиниц РФ по спросу населения и уровню «ЗВЁЗД» для отдыха на Черноморском побережье.

### Статьи из журналов, газет, мнения экспертов по развитию гостиничного бизнеса.

\*\*\*«Многочисленные типовые гостиницы достались России в наследство от Советского Союза; для них характерны большие размеры, невысокое качество обслуживания и низкий (а порой и минимальный) уровень удобств. Часть из них отреставрирована и вполне конкурентоспособна, однако большинство таких гостиниц по уровню комфорта не превосходят классические 2-звездочные отели. Тем не менее, дефицит гостиниц в России делает и такие гостиницы вполне востребованными, даже несмотря на высокие цены»

\*\*\*«В России 10% – это гостиницы 5\*, 25% – 4\*, 65% – 3\*.»

\*\*\* «Эльвира Тарасенко, директор регионального офиса в России, СНГ и странах Балтии отелей Rocco Forte: «На мой взгляд, в России не хватает сертификации отелей высокого класса. К

5\* гостиницам тоже должны предъявляться какие-то стандарты, чтобы туристы четко понимали, за что конкретно они платят такие большие деньги».

\*\*\*«Дисбаланс между категориями отелей и ценами на размещение достиг такого уровня, что туристы из России просто не могут позволить себе остановиться в московской или питерской гостинице. Не по карману услуги отельеров и большинству зарубежных путешественников, поэтому усиление глобального туристического потока может мало коснуться нашей страны. По мнению специалистов, туристы обратят внимание на менее доходные, но более массовые гостиницы среднего класса только тогда, когда будет насыщен сегмент luxury-отелей. Без помощи государства – различных преференций, налоговых льгот – здесь не обойтись»

\*\*\*«Многим постояльцам надоело однообразие больших гостиниц, и все больше людей предпочитают уютный номер мини-отеля безликой комнате большой гостиничной сети. Особенности этого вида гостиниц позволяют прогнозировать их развитие и в дальнейшем, прежде всего – в крупных городах. Раньше такие гостиницы строили, как правило, те бизнесмены, которые не имели большого капитала и не могли открыть крупный отель. Теперь мини-отелями интересуются и крупные гостиничные компании. Мини-отель требует меньше места, строительство обходится намного дешевле и быстрее окупается. Также преимуществами небольших гостиниц являются персонализированный подход к клиенту и уникальность самого заведения. В нашей стране этот фактор пока не так актуален, но, тем не менее, многие ценят мини-гостиницы именно за уют и приватную атмосферу».

\*\*\*«Все более востребованными становятся и курортные гостиницы. Значительным потенциалом развития обладает гостиничный сегмент известных российских здравниц: Кавказских минеральных вод, Черноморского побережья Кавказа, Калининградского взморья. При этом, выходя в этот сегмент, потенциальным инвесторам и девелоперам важно учитывать специфику развития большинства курортных отелей России – их ярко выраженную сезонность»

\*\*\*«Появляются и новые форматы гостиниц – например, клубные отели. В качестве примера гостиницы «не для всех» можно привести отель «Акватория лета», построенный в Ейске. В целом в России «концептуальных» гостиниц пока очень мало, но по мере насыщения рынка их будет становиться все больше»

**2.2. Посмотрите внимательно на составленную сегментацию гостиничного рынка и примите маркетинговое решение, какой сегмент по классификации вы выберете, как проектное решение для вашей компании.**

**2.3. Обоснуйте ваш выбор фактами на расширенном собрании. В принятие решения вам поможет дополнительный материал по типам и классификации гостиниц.**

### **Гостиницы в России**

В России принята европейская классификация гостиниц, однако стоит учитывать, что далеко не все отели России соответствуют заявленным "звездам". Сейчас классификация осуществляется Федеральным агентством по туризму, но производится по желанию самих хозяев. Большая часть российских гостиниц не прошла сертификацию. Принятый Министерством спорта и туризма стандарт уже в 2011 году обяжет владельцев отелей пересчитать "звезды" в соответствии международным стандартом классификации гостиниц.

### **Типы гостиниц**

Многочисленные типовые гостиницы достались России в наследство от Советского Союза; для них характерны большие размеры, невысокое качество обслуживания и низкий (а порой и минимальный) уровень удобств. Часть из них отреставрирована и вполне конкурентоспособна, однако большинство таких гостиниц по уровню комфорта не превосходят классические 2-звездочные отели. Тем не менее, дефицит гостиниц в России делает и такие гостиницы вполне востребованными, даже несмотря на высокие цены.

Мини-гостиницы в России представляют собой небольшие отели семейного типа и являются аналогом европейских гостиниц Bed and Breakfast (B&B). Обычно это частные дома, хозяева которых сдают комнаты постояльцам лишь в сезон. В России такой вариант размещения характерен для большинства крупных городов. Как правило, при заселении в мини-гостиницы, расположенные на морских и горнолыжных курортах, стоимость ночлега складывается из борьбы контрастных чувств: упрямства хозяина и скупости гостя. Зачастую владельцы мини-гостиниц



могут предложить постояльцам экскурсии, которые сами же и проводят. Традиционно мини-гостиницы имеют три звезды. Количество номеров не должно превышать 50.

Мотели традиционно располагаются у трасс или автодорог, имеют парковку и удобные подъездные пути. Мотели появились в России сравнительно недавно и, скорее всего, надолго: огромная территория страны располагает ресурсами для их появления. Большинство мотелей России расположены в окрестностях Москвы, Санкт-Петербурга и в Краснодарском крае. В соответствии с классификацией гостиниц, принятой в России, мотели могут иметь от 1\* до 4\*.

Апарт-отели отличаются от обычных гостиниц тем, что предлагают для проживания не номера, а классические апартаменты, больше похожие на квартиры. Однако при этом сохраняются традиционные принципы бронирования и расчета, которые приняты в гостиницах. Питание не предусмотрено, а сервис ограничивается уборкой комнат. Аналогом апартаментов может служить номер съют в обычной гостинице, однако апартаменты зачастую и просторнее, и дешевле съютов. В России апарт-отели пока представлены лишь в Москве и Санкт-Петербурге.

Пансионаты в России расположены, главным образом, в особых климатических зонах, сосновых лесах, либо вблизи минеральных источников. Поэтому при выборе пансионата необходимо учитывать удаленность от населенных пунктов и возможности трансфера. Номера преимущественно одно- и двухместные, реже - четырехместные; оснащены, помимо прочего, телевизором, радио и холодильником. Однако в целом номера не отличаются повышенной комфортностью - и не во всех пансионатах современная мебель. Часть пансионатов предлагает и различные лечебные процедуры, в частности - элементы сра-терапии. Стоимость размещения, как правило, равна или ниже стоимости номера в трехзвездочном отеле.

Санатории в России представляют собой не отели, а медицинские учреждения - тогда как в остальном мире это, прежде всего, лечебные гостиницы. Большая часть санаториев расположена в регионах с хорошей экологией и природно-лечебными ресурсами, как, например, курорты Минеральных вод на Кавказе.

### **Классификация гостиниц**

Новая система классификации гостиниц, принята в России, и действует с 2011 года. Система оценки максимально приближена к европейской. Она касается только тех отелей, которые уже имеют "звезды" - они будут перепроверены; а также гостиниц, которые будут претендовать на "звезды" впервые. Сертификация, однако, по-прежнему не будет являться обязательной - а значит, гостиницы имеют права и вовсе не проходить её.

#### **Гостиница 1\***

Однзвездочные гостиницы расположены на окраинах населенных пунктов. В них традиционно останавливаются самостоятельные путешественники и молодежь. Обычно это маленький отель, в котором не больше десяти номеров и который обслуживает семья предпринимателей. Питание не предполагается, однако возможно по договоренности. Требования комфорта в таком типе гостиниц минимальны: в номере только кровать и тумбочка; удобства - на этаже. Кроме того, вход после часа ночи запрещен.

#### **Гостиница 2\***

Номер оборудован кроватью, столом, стулом и зачастую раковиной. Наличие душа и телевизора (впрочем, за пульт от которого придется заплатить дополнительно) - возможно, но стоит учитывать, что это не обязательное требование. Что касается питания, то в двухзвездочных отелях, как правило, предлагается только завтрак.

#### **Гостиница 3\***

Номер трехзвездочной гостиницы обычно одно- или двухместный; должен быть оснащен телефоном, телевизором и, возможно, мини-баром. Для семейных отдыхающих традиционно размещение в двухместном номере с дополнительной кроватью.

#### **Гостиница 4\***

Четырехзвездочную гостиницу отличает повышенный уровень комфорта и удачное месторасположение - обычно это центр города. Наличие охраняемой автостоянки, спортивного зала, возможности заказа такси и микроавтобусов - обязательно. Кроме того, такой тип гостиниц располагает большим количеством дополнительных услуг. Номера, помимо стандартной бытовой техники, должны быть оснащены холодильником, кондиционером и мини-сейфом.

#### **Гостиница 5\***

Традиционно пятизвездочный отель - это комплекс со всей необходимой для жизни инфраструктурой: ресторанами, барами, фитнес-центрами, магазинами, салонами красоты и

прачечными. Номера могут быть различными: двухъярусными, в котором спальня (или спальни) расположены на втором этаже; либо в виде многокомнатных апартаментов, больше похожих на квартиру. Кроме того, номера дополнительно оснащены сменными халатами, косметическими средствами, тапочками, возможно - компьютером с доступом в интернет.

Согласно действующим в РФ нормативным документам по туризму и гостеприимству, классификация гостиниц (мотелей) вместимостью не менее 10 номеров осуществляется по категориям. Категории соответствуют \*, количество которых увеличивается с повышением уровня обслуживания.

Услуги	*	**	***	****	*****
Телевизор	на этаже	на этаже	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Холодильник	на этаже	на этаже	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Кондиционер	-	-	+	+	+
Телефон в номере	-	-	-	+	+
Радиоприемник	+	+	+	+	+
Ежедневная уборка	+	+	+	+	+
Утренняя побудка	+	+	+	+	+
Ванные	не менее 2 на этаж	не менее 2 на этаж	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Туалеты	не менее 1 на 5 номеров	не менее 1 на 5 номеров	в каждом номере	в каждом номере	в каждом номере
Умывальник без санузла	1	1	-	-	-
Смена белья	раз в 5 дней	раз в 3 дня	раз в 3 дня	ежедневно	ежедневно
Смена полотенец	раз в 3 дня	раз в 3 дня	ежедневно	ежедневно	ежедневно
Зеркало	1	1	минимум 1	более 2	более 2
Фен	-	-	-	+	+
Шампунь, гель, соль для ванны	-	-	-	+	+
Полотенца (на каждого гостя)	не менее 2	не менее 2	не менее 3	не менее 5	не менее 5
Охраняемая автостоянка	-	-	+	+	+
Набор письменных принадлежностей	-	-	+	+	+
Ковры или ковровые покрытия в зоне отдыха	-	-	+	+	+
Декоративное озеленение, художественные композиции, музыкальное вещание	-	-	+	+	+
Бизнес-центр	-	-	+	+	+
Спортивно-оздоровительный центр	-	-	-	+	+
Парикмахерская	-	-	+	+	+
Салон красоты	-	-	-	+	+
Комната бытового обслуживания	+	+	+	-	-
Ресторан или кафе (для гостиниц, имеющих более 50 номеров)	-	+	+		
Кафе	-	-	-	+	+
Ресторан кабинеты.	-	-	-	несколько залов,	несколько залов,

				отдельные кабинеты, банкетный зал	отдельные кабинеты, банкетный зал
Швейцар	-	-	-	+	+
Стирка и глажение	+	+	+	+	+
Химчистка	-	+	+	+	+
Мелкий ремонт одежды	+	+	+	+	+
Чистка обуви	-	+	+	+	+
Обмен валюты		+	24 часа	24 часа	
Прокат автомобиля	-	-	-	+	+
Бронирование билетов на различные виды транспорта	-	-	+	+	+
Возможность выбора любого из вариантов питания (НВ, ВВ, FB)	-	для гостиниц, в которых более 50 номеров	для гостиниц, в которых более 50 номеров	+	+
Круглосуточный бар или кафе	-	-	-	+	+
Обслуживание в номере	-	в часы завтрака	с 7:00 до 24:00	с 7:00 до 24:00	24 часа
Меню завтрака в номере	-	-	-	+	+
Форменная одежда персонала, дифференцированная по службам, служебные значки	-	-	+	+	+

### Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	35	Каждый правильный ответ 1 балл
Задание 2.1	15	Правильно составленная сегментация рынка 15 баллов Допущены ошибки при составлении 10 баллов
Задание 2.2	25	Правильный выбор сегмента 25 баллов При выборе рассмотрены не все критерии сегментирования 20 баллов
Задание 2.3	25	Правильный аргументированный, уверенный ответ 25 баллов Не полный, не чёткий ответ 20 баллов Мало аргументированный ответ 10 баллов.
Итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

*Спасибо за работу!*

**Практическое занятие № 5**

## «Определение вида каждого товара по степени долговечности и на основе покупательских привычек»

**Цель:** ознакомиться с видами товара по степени долговечности и классификации товара широкого потребления.

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время проведения:** 2 часа

### Указания к работе:

Вам предстоит самостоятельно изучить тему «Определение вида каждого товара по степени долговечности и на основе покупательских привычек».

Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

### Ход работы:

**3. Прочитайте текст, и запишите определение «Товара», «Товарной единицы».**

**Приведите свой пример по товару и товарной единице.**

### **Товар и его потребительские свойства. Характеристики свойств и их показателей**

Товар является одним из элементов комплекса маркетинга, наряду с ценой, методами распространения и продвижения. Товар - все, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Это могут быть не только *физические объекты*, но и *услуги, лица, места, организации, идеи* и т.д.

По общему назначению все товары подразделяются на:

**Потребительские товары** - для удовлетворения личных потребностей людей.

**Товары промышленного назначения** – используемые в процессе производства других изделий.

Следует отличать понятие "товар" от понятия "товарной единицы". Товарная единица - обособленная целостность, характеризуемая показателями величины, цены, внешнего вида и прочими атрибутами.

Например, зубная паста - товар, а тюбик пасты "Колгейт" фирмы "Колгейт" стоимостью 25 руб. - товарная единица.

**4. Прочитайте текст и дополните схему «Три уровня товара».**

Существует **три уровня товара**: товар по замыслу, товар в реальном исполнении и товар с подкреплением.

**Товар по замыслу** - сердцевина понятия товара в целом, его функциональное назначение, потребительское качество продукта. На этом уровне дают ответ на вопрос: *что в действительности будет приобретать покупатель?* Ведь, по существу, любой товар - это заключенная в упаковку услуга, для решения какой-то проблемы. Например, покупатели приобретают не сверла определенного диаметра, а отверстия того же диаметра. Поэтому, задача деятеля рынка - *выявить скрытые за любым товаром нужды и продавать не свойства этого товара,* а *выгоды от него.*

Разработчику предстоит превратить товар по замыслу в **товар в реальном исполнении**. Губная помада, компьютеры и т.д. - все это товары в реальном исполнении. Товар в реальном исполнении может обладать пятью характеристиками: *качеством, свойствами, внешним оформлением, марочным названием и упаковкой.*

И, наконец, разработчик может предусмотреть предоставление дополнительных услуг и выгод (поставку и кредитование, монтаж, послепродажное обслуживание, гарантии), составляющих **товар с подкреплением**. Если рассматривать компьютер, то подкреплением к товару служат инструкции, рабочие программы, услуги по доставке, программированию, ремонту,

гарантии и др. Идея подкрепления товара заставляет деятеля рынка присмотреться к существующей у клиента системе потребления в целом.

**5. Выберите один из предложенных товаров «Холодильник», «Кухонный гарнитур», «Торт» и распишите его по трем уровням. Дополнительно можно использовать материал «Потребительские свойства товара»**

#### **Потребительские свойства товара**

**Свойства социального назначения:** востребованность товара потребителями, зависит от платежеспособности и общественных норм потребления. Кроме того, от сезона, стиля и моды.

**Функциональные свойства:** способность удовлетворять потребности покупателя. Делятся на три группы:

*Показатели совершенства выполнения основной функции* - полезный эффект потребления (качественные и количественные показатели);

*Показатели универсальности* - широта диапазона применения товара;

*Показатели выполнения вспомогательных функций* - характеристики товара при транспортировке, хранении, обслуживании и ремонте.

**Надёжность товара в потреблении:** способность товара полноценно выполнять свои функции в течение срока службы. Группы показателей надёжности:

*Безотказность* - способность непрерывно сохранять работоспособность в течение срока службы или наработки;

*Показатели долговечности* - срок службы и ресурс;

*Ремонтпригодность* - приспособленность изделия к обнаружению и ликвидации возможных повреждений и отказов. Во многом зависит от унификации применяемых компонент.

*Сохраняемость* - способность сохранять работоспособность после хранения или транспортировки (в днях и т.п.). Важна для определения срока гарантии.

**Эргономические свойства:** удобство и комфорт эксплуатации изделия на всех стадиях в системе "человек - товар - среда". Группы показателей эргономических свойств:

*Гигиенические* - влияние товара на человека в процессе эксплуатации: освещённость, запылённость, температура, влажность, гигроскопичность, шум, вибрация, возможность содержания товара в чистоте.

*Антропометрические* - соответствие товара и его элементов форме и массе человеческого тела: размер, вес.

*Физиологические и психофизические* - соответствие товара силовым, скоростным, энергетическим, зрительным, вкусовым, звуковым, обонятельным возможностям человека.

*Психологические* - соответствие товара имеющимся и формирующимся навыкам человека, т.е. его восприятию, мышлению и памяти.

**Эстетические свойства:** способность товара выражать свою социокультурную значимость, степень полезности и совершенства в воспринимаемых человеком признаках, такие как соответствие формы, содержанию, стилю, моде, окружающей среде, пропорциональность и пр.

**Экологические свойства:** уровень вредных или полезных воздействий товара на окружающую среду при хранении, транспортировке и потреблении.

**Безопасность потребления:** характеризует безопасность использования товара. Виды безопасности: электрическая, химическая, механическая, пожарная, биологическая, транспортных средств.

**Экономические свойства:** расход материала для создания товара и топлива и энергии - в процессе потребления

**6. Прочитайте текст и дополните схему «Виды классификации товаров».**

**Классификация товаров** по долговечности или материальной стоимости:

1. Товары длительного пользования - выдерживают многократное использование;

2. Товары кратковременного пользования - потребляются за один или несколько циклов использования;

3. Услуги - как объекты продаж.

### Классификация товаров широкого потребления:

1. Товары повседневного спроса: приобретаются без раздумий и сравнения;

- Основные товары повседневного спроса - зубная паста, кетчуп;
- Товары импульсивной покупки - журнал, жевательная резинка;
- Товары для экстренных случаев - зонтики, лопаты.

2. Товары предварительного выбора: перед приобретением сравниваются варианты:

- Схожие - одно качество, разные цены;
- Несхожие - должны иметь широкий ассортимент.

3. Товары особого спроса: имеют уникальные характеристики и марочные предпочтения, не сравниваются;

4. Товары пассивного спроса: об их покупке не задумываются (страхование жизни, энциклопедии).

Требуют личной продажи.

7. **Заполните таблицу, поставив «+» напротив каждого товара определив его классификацию на основе покупательских привычек.**

«Разбивка товара на основе покупательских привычек»

табл. №1

Товары	хлеб	грабли	теле визор	молоко	джак узи	страховка	шоколадка	шапка	Индикаторы дыма	Автомобиль Mercedes
Длительного пользования										
кратковременного пользования										
Основные										
импульсивной покупки										
экстренных случаев										
Схожие										
Несхожие										
особого спроса										
пассивного спроса										

### Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	7	Правильный ответ 7 баллов
Задание 2	15	Каждый правильно заполненный уровень 5 баллов
Задание 3	30	Каждый правильно описанный уровень 10 баллов
Задание 4	28	Каждый правильный ответ 2 балла
Задание 5	20	Каждая правильно заполненная колонка 2 балла
Итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

**Спасибо за работу!**

**Р. С.** Надеюсь, результаты будут хорошими!

## Практическая работа № 6 «Расчет налогов»

**Цель:** Овладение методикой расчета НДС, налога на прибыль.

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения:** 2 часа

### Указания к работе:

Вам предстоит самостоятельно изучить тему по расчёту себестоимости и цены продукции. Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

### Ход работы:

1. В данной работе, прочитав предложенный материал, вы должны дать ответ на контрольные вопросы:

1. Что является объектом налогообложения
2. Кто является субъектом налогообложения

Налоги – это экономическая база содержания государственного аппарата, армии, непроизводственной сферы. Налоги являются главным инструментом перераспределения доходов и финансовых ресурсов. Такое перераспределение осуществляют государственные органы в целях обеспечения средствами тех лиц, предприятий, программ, секторов и сфер экономики, которые испытывают потребность в ресурсах, но не в состоянии обеспечить ее из собственных источников. Таким образом, с юридической точки зрения налоговые отношения представляют собой систему специфических обязательств, в которых одной стороной является государство, а с другой – субъект налогообложения (юридическое или физическое лицо). С экономической точки зрения налоги представляют собой инструмент фискальной политики и одновременно метод косвенного регулирования экономических процессов на макроуровне.

Совокупность взимаемых в государстве налогов и других платежей (сборов, пошлин) образует налоговую систему. Налоговая система базируется на соответствующих законодательных актах государства (например, Закон РФ «Об основах налоговой системы в РФ»), которые устанавливают конкретные методы построения и взимания налогов, т.е. определяют элементы налогов. Налоговая система включает также органы сбора налогов и надзора за их внесением в лице налоговой инспекции.

**Субъект налогообложения** - юридическое или физическое лицо, являющееся плательщиком налога.

**Носитель налога** – лицо, которое фактически уплачивает налог.

**Объект налогообложения** – доход (прибыль), имущество (материальные ресурсы), цена товара или услуги, добавленная стоимость, на которые начисляется налог.

**Налоговая ставка** (норма налогообложения) – это величина налога на единицу обложения (доход, имущество и т.п.). Различают предельную и среднюю налоговую ставку.

**Налоговая льгота** – представляет собой полное или частичное освобождение от налогов.

**Налог на добавленную стоимость (НДС)** является косвенным многоступенчатым налогом, федеральным. Поскольку величина НДС добавляется к цене товаров, источником уплаты налога служат покупатели. Объектом налогообложения являются следующие операции:

- реализация товаров (услуг) на территории РФ;
- выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления;
- ввоз товара на таможенную территорию;
- передача на территории РФ товаров (выполнение работ, оказание услуг), для собственных нужд, расходы на которые не принимаются к вычету при исчислении налога на прибыль организации.

К операциям не подлежащим налогообложению, относится реализация услуг по сдаче в аренду служебных и жилых помещений иностранным гражданам и организациям, а также медицинских товаров отечественного и зарубежного производства по списку, утвержденному

Правительством РФ. Также существуют льготы социального характера (детское питание, некоторые медицинские услуги, услуги по содержанию детей в дошкольных учреждениях, услуги в сферах образования, культуры и искусства и др.)

Налог платится ежемесячно по налоговой ставке: 0, 10, 18%

**Налог на прибыль** федеральный прямой налог. Объектом налогообложения является прибыль организаций. Налоговая ставка -24%. Налоговым периодом признается календарный год

## 2. Решите предложенные задачи

### Задача №1

Рассчитайте прибыль предприятия на планируемый период и налог на прибыль при налоговой ставке 24%. Оборот розничной торговли – 37800,тыс.руб Издержки обращения в отчетном году – 26400,0 тыс.руб.

### Задача №2

Рассчитайте прибыль предприятия на планируемый период и налог на прибыль, если налоговая ставка 24%. Оборот розничной торговли – 65800,тыс.руб Издержки обращения в отчетном году – 42600,0 тыс.руб.

### Задача №3

Определить балансовую прибыль предприятия на планируемый год и налог на прибыль, если налоговая ставка 24% на основании следующих данных (в тыс. руб.):

- прибыль, тыс.руб.
- от реализации продукции.....23788
- от прочей реализации.....4101
- доходы от внереализационных операций, в том числе поступления списанных ранее безнадежных долгов, тыс. руб. ....562
- внереализационные расходы, в том числе списание дебиторской задолженности, тыс. руб.....321
- прибыль по операциям с тарой, тыс. руб.....712

### Задача №4

Определить балансовую прибыль предприятия на планируемый год и налог на прибыль, если налоговая ставка 24% на основании следующих данных (в тыс. руб.):

- прибыль, тыс.руб.
- от реализации продукции.....98486
- от прочей реализации.....3558
- доходы от внереализационных операций, тыс. руб. ....612

### Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	20	вопрос раскрыт 10 баллов нарушена смысловая цепочка или указ не весь материал 7 баллов
Задание 2	80	решение задачи верно 20 баллов ход решения задачи верен, но допущены арифметические ошибки 12 баллов

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо



70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно
Итого	100 баллов	

*Спасибо за работу!*

## Практическая работа № 7 «Расчёт себестоимости и цены продукции»

**Цель:** Овладение методикой расчета цены продукта

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения:** 2 часа

### Указания к работе:

Вам предстоит самостоятельно изучить тему по расчёту себестоимости и цены продукции. Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

### Ход работы:

1. В данной работе, прочитав предложенный материал вы должны дать ответ на контрольные вопросы:

1. Что такое цена, ее сущность и какие функции она выполняет
2. Как классифицируют цены
3. Что вы понимаете под рыночным механизмом ценообразования и как он работает
4. Назовите виды торговых надбавок и наценок

**Цена** – это денежное выражение стоимости; экономическая категория, позволяющая косвенно измерить величину затраченного на производство товара общественно необходимого рабочего времени.

В условиях товарных отношений цена выступает как связующее звено между производителем и потребителем, т.е. является механизмом обеспечения равновесия спроса и предложения, а следовательно цены и стоимости. Величина цены определяется под влиянием действия экономических законов, и в первую очередь закона стоимости. Цены используют при планировании, анализе и контроле макроэкономических пропорций, эффективности производства, сбалансированности экономических интересов производителей и потребителей продукции. Цена выступает одним из важных показателей, характеризующих состояние и динамику уровня жизни населения. Следовательно, в цене отражаются многообразные экономические и социальные процессы функционирования общества.

Различают учетную, стимулирующую и распределительную (перераспределительную) функции.

- Учетная функция отражает в цене общественно необходимые затраты труда на производство, обращение товаров и результаты хозяйствования.
- Стимулирующая функция цены влияет на эффективность производства, внедрение новейших технологии и техники, ресурсосбережение, повышение качества продукции.
- Распределительная функция цены учитывает в цене налог на добавленную стоимость и другие формы централизованного чистого дохода, поступающего в бюджеты различных уровней государственной структуры. Использование распределительной функции цены позволяет обществу решать социальные проблемы.

Классификация цен:

#### 2 Классификация цен по степени регулируемости:

- регулируемые цены испытывают на себе определенное воздействие государства
- фиксированные

#### 3 Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота

- оптовые цены на продукцию промышленности
- цены на строительную продукцию
- закупочные цены
- тарифы грузового и пассажирского транспорта
- розничные цены
- тарифы на платные услуги, оказываемые населению
- цены, обслуживающие внешнеторговый оборот

#### 4 Классификация цен, связанных с торговлей

- аукционная цена – цена товара, проданного на аукционе (она может быть многократно выше рыночной цены)
- биржевая цена – цена, по которой осуществляется оптовая сделка по купле-продаже товаров на бирже (зависит от спроса, объема сделки и т.д.)
- договорная (контрактная) цена – цена, по которой осуществляется реализация товаров в соответствии с заключенным договором (может быть постоянной или индексироваться)

#### 5 Классификация цен, в зависимости от территории действия

- цены единые по стране, или поясные
- цены региональные (зональные, местные) (тарифы на транспорт, энергию и др.)

#### 5 Классификация цен при осуществлении внешнеэкономической деятельности

- СИФ – цены, включающие в себя цену FOB и затраты на страховку и транспортировку грузов до границы страны-экспортера или импортера
- FOB – при поставке товара продавец оплачивает расходы по транспортировке, страхованию, а также таможенные расходы до момента доставки товара на борт судна
- цена франко – цена товара с учетом предусмотренного возмещения транспортных расходов

#### 6 Классификация цен по экономическим признакам

- конкурентные
- олигополистические
- монопольные

### **Затратный механизм ценообразования**

Такой механизм ценообразования представляет собой, с одной стороны, связь между ценой и ценообразующими факторами и, с другой – способ формирования цены, технологию процесса ее зарождения и функционирования, изменения во времени. Такой механизм ценообразования называется затратным. Его суть сводится к тому, что величина цены товара становится в непосредственную зависимость от издержек производства и обращения, представляющих затраты, расходы в денежной форме на производство и реализацию единицы товара.

Конечно, затратный подход не обеспечивает полного решения проблемы ценообразования, т.к. заменяет задачу определения цены товара задачей определения цен факторов, затраченных на производство и продажу товара. Этим облегчается решение исходной задачи, т.к. цены факторов установить проще, чем цену товара, к тому же при определении цен факторов вновь можно применить тот же затратный подход, чем создается цепной способ образования цены товара.

Еще одна особенность, которую следует иметь в виду, характеризуя затратный подход, состоит в необходимости установления издержек, на основании которых определяется цена. Чаще всего используются средние издержки в расчете на единицу товара из всего количества (партии) производимых и продаваемых товаров. Иногда могут быть применены и предельные издержки, под которыми принимается прирост общих издержек, обусловленный увеличением производства и продажи на одну единицу. Обычно предельные издержки ниже средних. Широко распространено определение издержек на основе калькуляции (особенно в общепите), т.е. бухгалтерского расчета затрат (расходов) по их отдельным элементам.

В целом в экономике большая часть затрат (производственных издержек) приходится на труд, поэтому основной составляющей цены любого продукта будут выступать издержки, связанные с оплатой труда. При рассмотрении которых рассматриваются два фактора – производительность труда и заработная плата.

Но кроме издержек на оплату труда любой предприниматель несет затраты, связанные с привлечением основного капитала (ОПФ, ОС, нематериальных активов), и, следовательно, цена

должна включать и эти издержки, иначе предприниматель не сможет возместить их и понесет убытки.

## 2. Используя формулы, решить предложенные задачи

Чтобы возместить издержки на капитал, предприниматель устанавливает фиксированный коэффициент по отношению к издержкам на оплату труда и определяет издержки на капитал как  $N \cdot A \cdot W$ . Таким образом, уравнение для цены  $P$  для предпринимателя будет выглядеть следующим образом:

$$P = A \cdot W \cdot N,$$

где  $P$  - цена изделия, руб.;

$A$  - производительность труда, руб./час;

$W$  – заработная плата, руб.;

$N$  - коэффициент затрат основного капитала.

Затратный механизм ценообразования строится с учетом того обстоятельства, что производитель и продавец товара должны, продавая товар по определенной цене, не только возмещать издержки, но и получать дополнительно доход в виде прибыли. Соответственно формула цены, определяемой на основе затратного подхода, имеет следующий вид:

$$P = AC + R,$$

где  $AC$  - средние издержки производства и обращения единицы товара;

$R$  - прибыль, получаемая производителями (продавцами) за счет производства (продажи) единицы товара

### Задача № 1

Определите оптовую цену предприятия; прибыль предприятия в расчете на одно изделие.

Исходные данные:

- розничная цена изделия – 200 руб.;
- налог на добавленную стоимость – 40 руб.;
- наценка посреднической организации – 20 руб.;
- торговая скидка – 15% к розничной цене;
- полная себестоимость изделия 90 руб.

### Задача № 2

Определите оптовую цену предприятия; отпускную цену посредников, налог на добавленную стоимость, структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия 120 руб.;
- норматив рентабельности 25% к себестоимости;
- розничная цена изделия 160 руб.;
- скидка посреднической организации – 10% к розничной цене;
- торговая скидка – 20% к розничной цене;

### Задача № 3

Определите оптовую цену предприятия; прибыль предприятия в расчете на одно изделие.

Исходные данные:

- розничная цена изделия – 480 руб.;
- налог на добавленную стоимость – 10%;
- наценка посреднической организации – 20% к розничной цене;
- торговая скидка – 5% к розничной цене;
- полная себестоимость изделия 390 руб.

### Задача № 4

Определите оптовую цену предприятия; отпускную цену посредников, налог на добавленную стоимость, структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия 1200 руб.;

- норматив рентабельности 25% к себестоимости;
- розничная цена изделия 1600 руб.;
- скидка посреднической организации – 15% к розничной цене;
- торговая скидка – 5% к розничной цене;

#### Задача № 5

Определите оптовую цену предприятия; отпускную цену посредников, налог на добавленную стоимость, структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия 8720 руб.;
- норматив рентабельности 10,8% к себестоимости;
- розничная цена изделия 12000 руб.;
- скидка посреднической организации – 7% к розничной цене;
- торговая скидка – 10% к розничной цене;

Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	40	вопрос раскрыт 10 баллов нарушена смысловая цепочка или указ не весь материал 7 баллов
Задание 2	60	решение задачи верно 12 баллов ход решения задачи верен, но допущены арифметические ошибки 6 баллов
Итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

*Спасибо за работу!*

#### Практическая работа № 8 «Расчет основных видов прибыли»

**Цель:** Овладение методикой расчета прибыли и рентабельности предприятия

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения:** 2 часа

**Указания к работе:**

Вам предстоит самостоятельно изучить тему расчёта основных видов прибыли. Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

**Ход работы:**

В данной работе используя ранее изученный материал вы должны дать ответ на контрольные вопросы:

1. Понятие и виды прибыли?
2. Куда использует предприятие полученную прибыль?
3. Чем отличается валовая и чистая прибыль?
4. Что такое рентабельность, и какие виды рентабельности вы знаете?

2. Используя формулы, решить предложенные задачи

*Прибыль* – разница между доходом и издержками.

Прибыль формируется из трех источников:

- прибыль от продажи готовой продукции;
- прибыль внереализационная (от продажи основных производственных фондов, от сдачи помещений в аренду, от продажи акций и др.);
- прибыль от реализации продукции побочных цехов, от реализации отходов и т.д.

$$\text{Пвал.} = \text{Преал.} + \text{Пвн.} + \text{Ппр.}$$

Общая рентабельность предприятия определяется отношением балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и среднегодовой сумме нормируемых оборотных средств.

$$\text{Роб.} = \text{Пвал.} / (\text{Фср.г.} + \text{Соб.н.}) * 100$$

### Задача №1

Определить планируемую прибыль от реализации продукции кафе на основе следующих данных:

- остатки нереализованной продукции на начало планируемого года, тыс.руб.
  - по оптовым ценам предприятия.....380
  - по производственной себестоимости.....266
- планируемый товарооборот, тыс.руб.
  - по оптовым ценам предприятия.....230000
  - по производственной себестоимости.....162000
- остатки нереализованной продукции на конец планируемого года, тыс.руб.
  - по оптовым ценам предприятия.....290
  - по производственной себестоимости.....203

### Задача №2

Рассчитать общую рентабельность предприятия, если на начало планируемого года основные производственные фонды составляли 12100 тыс.руб. С 1 июля вводятся основные производственные фонды на сумму 230 тыс.руб., а с 1 декабря выбывают фонды на сумму 98 тыс.руб. Полная себестоимость реализуемой продукции по плану 128000 тыс.руб. Плановая стоимость реализуемой продукции в действующих оптовых ценах предприятия 166400 тыс.руб. Прибыль от услуг непромышленного характера 76 тыс. руб, по операциям с тарой 7 тыс.руб. Задолженность по кредиту Урса банку за покупку нового оборудования составляет 680 тыс. руб, годовой процент кредита 14% от взятой суммы. Плановый размер нормируемых оборотных средств составляет 700000 тыс.руб.

### Задача №3

Определить фонд развития производства кафе «Приличное», если а планируемом году среднегодовая стоимость основных производственных фондов 1680 тыс.руб.; средняя норма амортизации 10%, в том числе на полное восстановление 5,6%. Размер отчислений в фонд развития производства от суммы амортизационных отчислений, идущих на полное восстановление, 40%. Выручка от реализации излишнего оборудования 37 тыс.руб. Норматив отчислений от балансовой прибыли 5%. Балансовая прибыль на планируемый год 1450 тыс. руб.

### Задача №4

Определить балансовую прибыль кафе на планируемый год на основании следующих данных (в тыс. руб.):

- прибыль, тыс.руб.
  - от реализации продукции.....22780
  - от прочей реализации.....412
- доходы от внереализационных операций, в том числе поступления списанных ранее безнадежных долгов, тыс. руб. ....56
- внереализационные расходы, в том числе списание дебиторской

- задолженности, тыс. руб.....32  
 - прибыль по операциям с тарой, тыс. руб.....112

### Задача №5

Определить планируемую прибыль от реализации продукции кафе на основе следующих данных:

- остатки нереализованной продукции на начало планируемого года, тыс.руб.  
 по оптовым ценам предприятия.....2290  
 по производственной себестоимости.....2060
- планируемый товарооборот, тыс.руб.  
 по оптовым ценам предприятия.....895000  
 по производственной себестоимости.....697000
- остатки нереализованной продукции на конец планируемого года, тыс.руб.  
 по оптовым ценам предприятия.....1230  
 по производственной себестоимости.....931

### Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	40	вопрос раскрыт 10 баллов нарушена смысловая цепочка или указ не весь материал 7 баллов
Задание 2	60	решение задачи верно 12 баллов ход решения задачи верен, но допущены арифметические ошибки 6 баллов
Итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

### Спасибо за работу! Практическое занятие № 9

#### «Определение основных фондов предприятия в зависимости от особенностей предприятия»

**Цель:** Иметь представление о сущности основных фондов предприятия, видах оценки основных фондов.

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения:** 1 час

**Указания к работе:** Вам предстоит самостоятельно изучить тему «Определение основных фондов предприятия в зависимости от особенностей предприятия»

Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

**Ход работы:**

1. Прочитайте и запишите в рабочей тетрадке классификацию основных фондов предприятия (рис № 1.), источники формирования (рис № 2.), виды денежной оценки (рис. № 3.).



Рис

№ 1. Классификации основных фондов предприятий. Основные фонды



Рис. №2. Источники формирования основных фондов.

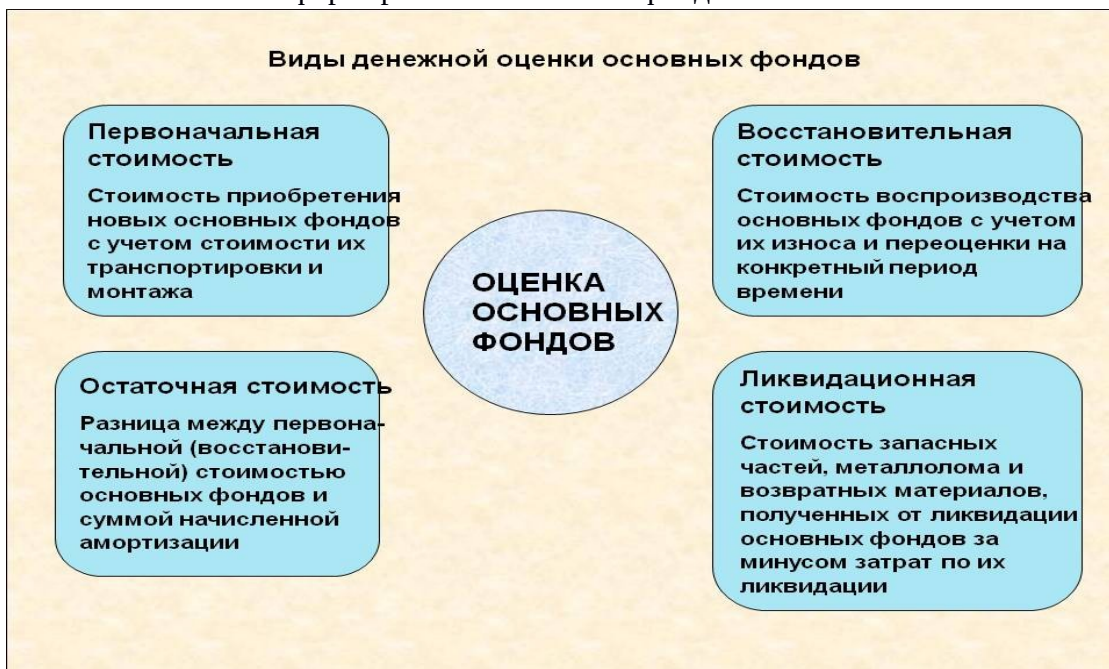


Рис. № 3. Виды денежной оценки основных фондов.

- Прочитав текст по классификации основных фондов предприятия (ОФП), заполните таблицу, поставив «+» напротив каждого названия ОФП определив его классификацию.

### **Понятие основных фондов, классификация.**

**Фонды предприятия** - это запас тех или иных благ и факторов производства, которые находятся в его собственности определенный промежуток времени. В процессе производства часть фондов служит для непосредственного создания товаров и услуг, а другая является средством производства или же основой функционирования предприятия. В связи с этим различают два вида фондов.

**Основные фонды** - важная часть всех производственных фондов предприятия, которые вещественно воплощены в средствах труда. Основные фонды сохраняют свою натуральную форму в течение длительного времени независимо от продолжительности и частоты производственного процесса, они переносят собственную стоимость на готовую продукцию по частям и, соответственно, возмещаются только после проведения нескольких производственных циклов.

**Их стоимость возвращается в форме амортизационных отчислений за счет накопления амортизационного фонда.**

Для учета основных фондов, определения их состава и структуры необходима их классификация. Выделяются следующие группы и подгруппы основных производственных фондов:

1. Здания (архитектурно-строительные объекты производственного назначения: корпуса цехов, складские помещения, производственные лаборатории и т.п.).
2. Сооружения (инженерно-строительные объекты, создающие условия для осуществления процесса производства: тоннели, эстакады, автомобильные дороги, дымовые трубы на отдельном фундаменте и т.д.).
3. Передаточные устройства (устройства для передачи электроэнергии, жидких и газообразных веществ: электросети, теплосети, газовые сети, трансмиссии и т.п.).
4. Машины и оборудования в том числе:
  - 4.1. Силовые машины и оборудование (устройства для выработки, преобразования и распределения энергии: генераторы, электродвигатели, паровые машины, турбины, двигатели внутреннего сгорания, силовые трансформаторы и т.п.).
  - 4.2. Рабочие машины и оборудование (техника, предназначенная для механического, химического и термического воздействия на предметы труда: металлорежущие станки, прессы, термические печи, электропечи и т.п.).
  - 4.3. Измерительные и регулирующие приборы и устройства, лабораторное оборудование (приборы и устройства для регулирования, измерения и контроля производственных процессов, проведения лабораторных испытаний и исследований).
  - 4.4. Вычислительная техника (средства для ускорения вычислительных процессов и логических операций: ЭВМ, оборудование для сбора, фиксации и передачи информации и т.п.).
  - 4.5. Автоматические машины, оборудование и линии (оборудование, где все операции выполняются без непосредственного участия человека: станки-автоматы, автоматические поточные линии, гибкие производственные системы и т.п.).
  - 4.6. Прочие машины и оборудование, техника, не вошедшая в выше перечисленные группы (пожарные машины, оборудование телефонных станций).
5. Транспортные средства (тепловозы, вагоны, автомобили, мотоциклы, кары, тележки и т.д., кроме конвейеров, транспортеров, включаемых в состав производственного оборудования).
6. Инструмент (режущий, ударный, давящий, уплотняющий, а также различные приспособления для крепления, монтажа и т.д.), кроме специального инструмента и специальной оснастки.
7. Производственный инвентарь и принадлежности (предметы для облегчения выполнения производственных операций: рабочие столы, верстаки, ограждения, вентиляторы, тара, стеллажи и т.п.).



8. Хозяйственный инвентарь (предметы конторского и хозяйственного обеспечения: столы, шкафы, вешалки, пишущие машинки, сейфы, множительные аппараты и т.п.).
9. Прочие основные фонды. В состав этой группы включают библиотечные фонды, музейные ценности и т.д.

### **Активные и пассивные производственные фонды**

В зависимости от степени непосредственного воздействия на предметы труда и производственную мощность предприятия основные производственные фонды подразделяют на активные и пассивные. К активной части основных фондов относят машины и оборудование, транспортные средства, инструменты. К пассивной части основных фондов относят все остальные группы основных фондов. Они создают условия для нормальной работы предприятия.

### **Понятие оборотных фондов и их структура**

**Оборотные фонды предприятия** - это производственные фонды, которые целиком и полностью потребляются в течение одного производственного цикла. В результате они изменяют свою натурально-вещественную форму и полностью переносят собственную стоимость на стоимость готовых товаров и услуг. Иными словами оборотные фонды – сырье, факторы производства (капитал, земля и рабочая сила), а также денежные средства, которые расходуются на создание нового продукта. В отличие от основных фондов они составляют материальную основу производства. Очень удобным является полное возмещение затрат в конце каждого производственного цикла. Это означает, что по мере продажи товаров возмещаются не только все издержки, но и стоимость факторов производства которые были затрачены в данном цикле. Таким образом, в стоимости готовой продукции содержится полная сумма возмещения оборотных фондов. Каждый оборот (цикл) для таких фондов представляет собой законченную стадию производства, после которой использованные средства не восстанавливаются, а в производство вовлекаются другие.

Структура оборотных фондов представлена такими элементами, как:

8. сырье и основные материалы, необходимые непосредственно для производства готовой продукции, их удельный вес в общем объеме фондов составляет около 30%. Иными словами, это первоисточник конечных товаров и услуг;
9. комплекс вспомогательных материалов (например, смазочные масла, необходимые для нормального функционирования основных фондов)
10. топливо и электроэнергия, которые обеспечивают работу оборудования, производящего готовый продукт или его составные части;
11. покупные полуфабрикаты, а также полуфабрикаты собственного производства;
12. запасные части для текущего ремонта оборудования (как правило, они составляют 3 – 4% в структуре оборотных фондов);
13. продукция подсобного хозяйства (например, тара и тарные материалы, необходимые для упаковки, доставки и погрузки товаров и услуг);
14. малоценные и быстроизнашивающиеся предметы труда. К ним относят инструменты сроком службы менее 1 года.

### **Материальные и нематериальные основные фонды**

**Материальные основные фонды** включают:

- здания (кроме жилья)
- Сооружения.
- Жилища.
- Машины и оборудование.
- Транспортные средства.








- Инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь.
- Рабочий и продуктивный скот.
- Многолетние насаждения.
- Прочие основные фонды.

**Нематериальные основные фонды (нематериальные производственные активы):**

- Расходы на разведку полезных ископаемых.
- Компьютерное программное обеспечение и базы данных.
- Оригинальные произведения развлекательного жанра, литературы и искусства.
- Научные промышленные технологии.

**Классификация основных фондов предприятия на примере хлебозавода.**

Табл. № 1.

Названия ОФП	Фонды предприятия						
	Основны е производ ственные	Основны е не производ ственные	Оборо тные	Актив ные	Пассив ные	Матери альные	Нематер иальные
 Сырьё.							
 Электросети.							
 Оборудование.							
 Производственный инвентарь.							
 Магазин.							
 Кондитерский цех.							
 Производственная							

лаборатория.



Склад готовой продукции.



Трубопровод.



Слесрный станок.



Рабочий: кондитер.



Товар: торт.



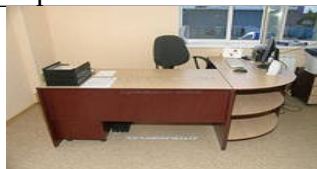
Упаковка.



Сейф.






Офисная мебель.



Рабочий стол.



Програмное обеспечение.

 Здание хлебозавода.							
 Автомобиль для продукции.							
 Топливо: газ.							

### Критерии оценки практического занятия

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	100	Каждая правильно заполненная колонка 5 баллов Колонка, заполненная правильно на 50% - 3 балла
итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

*Спасибо за работу!*

**P. S.** Надеюсь, что полученные знания на практической работе **ВАМ** пригодятся в повседневной жизни и будущей профессиональной карьере.

### Практическое занятие № 10

**«Обоснование потенциальной возможности для различных предприятий малого и среднего бизнеса претендовать на получение субсидий из бюджета»**

**Цель:** обосновать возможности предоставления субсидий из бюджетной системы для предприятий малого и среднего бизнеса.

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения:** 1 час

#### Указания к работе:

Вам предстоит самостоятельно изучить тему «Обоснование потенциальной возможности для различных предприятий малого и среднего бизнеса претендовать на получение субсидий из бюджета». Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

**Ход работы:**

**1. Прочитайте внимательно предложенный текст. И составьте конспект по предложенной схеме.**

«√» - Это я знал раньше.

«+» - Это для меня новая информация.

«?» - Это мне непонятно.

«!» - Это мне интересно; это меня удивило.

**2. На основе полученного материала составьте резюме, начиная его со слов:**

**«Оказывается, чтобы получить субсидию для малого бизнеса необходимо ...»**



**Государственные и муниципальные субсидии для малых предприятий**

Государство может предоставлять малым предприятиям прямую безвозмездную и безвозвратную финансовую поддержку в форме субсидий.

Субсидии предполагают доленое участие в финансировании как непосредственно предприятия (за счет собственных средств), так и органа власти или организации, образующей инфраструктуру поддержки малого предпринимательства (за счет средств бюджета соответствующего уровня). Фактически субсидия представляет собой утвержденную сумму финансовых средств, которую можно направить на целевое расходование, например, на оплату затрат по аренде зданий и помещений, оплату транспорта, оплату услуг сторонних организаций, приобретение инструментов и оборудования, покупку сырьевых ресурсов, оплату процентной ставки по кредиту и другие статьи расходов

Отличие субсидии от кредитов и займов заключается в том, что субсидии являются безвозвратными: никто не будет требовать вернуть эти деньги при условии их целевого расходования. Целевое расходование означает, что до получения субсидии предприниматель представляет технико-экономическое обоснование и смету расходов и затем отчитывается за израсходованные средства (путем предоставления документов, подтверждающих произведенные расходы). Изначально заявленные расходы не могут быть пересмотрены в дальнейшем. Кроме того, процент за использование субсидии не начисляется.

Поддержка в форме субсидий актуальна для предприятий, находящихся на разных стадиях развития и преследующих самые разнообразные цели. Так, начинающие предприниматели могут получить субсидию для формирования первоначального капитала и компенсации затрат, возникающих при осуществлении самых первых шагов в бизнесе. Предприятия, планирующие расширять собственную деятельность за счет банковского кредита, могут подать заявку на получение субсидии на возмещение части процентных ставок по кредитам.

**Справка:** Информацию о реализуемых мерах поддержки малого предпринимательства можно получить в органе исполнительной власти, обеспечивающем реализацию государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства на территории региона.

В зависимости от тех целей, на которые идут финансовые средства, можно выделить большое количество видов субсидий. Примеры субсидий:

**15.** Субсидии на возмещение части процентных ставок по кредитам кредитных организаций (возмещение может составлять 1/3, 1/2 или 2/3 ставки рефинансирования ЦБ РФ в зависимости от срока кредита).

**16.** Субсидии на возмещение части лизинговых платежей, уплачиваемых лизингодателям.

**17.** Субсидии на компенсацию затрат, связанных с предоставлением поручительства государственным гарантийным фондом.

18. Субсидии на компенсацию затрат, связанных с технологическим присоединением энергопринимающих устройств к электрическим сетям сетевых организаций.
19. Субсидии на компенсацию затрат на покупку и модернизацию основных средств предприятия.
20. Субсидии начинающим предпринимателям.
21. Субсидии на компенсацию затрат, связанных с продвижением продукции собственного производства на рынки.

**Субсидии предоставляются на конкурсной основе.**



Для участия в конкурсе малому предприятию - соискателю субсидии нужно собрать определенный набор документов. Список основных документов, необходимых для участия в конкурсе на получение субсидии:

10. Заявление на предоставление субсидии;
11. Анкета с основной информацией об организации;
12. технико-экономическое обоснование (или бизнес-план);
13. Смета расходов;
14. Справка о наличии и состоянии банковских счетов;
15. Справка об отсутствии просроченной задолженности по начисленным налогам, сборам и иным платежам в бюджеты любого уровня или государственные внебюджетные фонды на последнюю отчетную дату;
16. выписка из единого государственного реестра юридических лиц (для юридических лиц), выписка из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (для индивидуальных предпринимателей), копии документов, удостоверяющих личность (для физических лиц);
17. Документы о назначении руководителя и главного бухгалтера организации;
18. Документ, подтверждающий полномочия представителя организации на осуществление действий от имени организации.



**Как правило, субсидии не предоставляются субъектам малого предпринимательства:**

- оформившим необходимые для получения субсидии документы ненадлежащим образом;
- находящимся в стадии реорганизации, ликвидации или банкротства;
- имеющим задолженность по налоговым платежам в бюджеты всех уровней и во внебюджетные фонды;
- имеющим просроченную задолженность по заработной плате;

- осуществляющим производство и реализацию подакцизных товаров, а также добычу и реализацию полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых;
- являющимся кредитными организациями, страховыми организациями, инвестиционными фондами, негосударственными пенсионными фондами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, ломбардами;
- являющимся участниками соглашений о разделе продукции;
- осуществляющим предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса;
- в отношении которых ранее было принято решение о предоставлении аналогичной субсидии и сроки, в течение которых предоставляется субсидия, не истекли;
- если с момента признания субъекта малого предпринимательства допустившим нарушение порядка и условий оказания государственной финансовой поддержки прошло менее 3 лет

**Заявки на получение субсидии могут оцениваться по следующим критериям:**

- количество вновь создаваемых рабочих мест;
- срок возврата субсидии за счет налоговых платежей в региональный или муниципальный бюджет;
- соответствие деятельности предприятия приоритетным направлениям социально-экономического развития региона и приоритетным направлениям поддержки и развития малого предпринимательства в регионе;
- проработанность технико-экономического обоснования (или бизнес-плана)



**Алгоритм получения субсидии в самом общем виде выглядит следующим образом:**

**Шаг 1.** Необходимо изучить нормативные документы, регламентирующие порядок предоставления субсидии.

**Шаг 2.** При возникновении вопросов по подготовке и содержанию документов следует обратиться в орган власти (или организацию, образующую инфраструктуру поддержки малого предпринимательства), уполномоченный на принятие решения о предоставлении субсидии.

**Шаг 3.** Особое внимание необходимо уделить подготовке технико-экономического обоснования (или бизнес-плана). Подготовить его можно самостоятельно или с помощью специализированной консалтинговой компании.

**Шаг 4.** Необходимо подготовить прочие обязательные документы: заказать в налоговом органе по месту регистрации выписку из Единого государственного реестра юридических лиц или выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей, справку об исполнении налогоплательщиком обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней и налоговых санкций, заполнить заявление на предоставление субсидий. Все документы необходимо заверить у руководителя (при необходимости у главного бухгалтера). Заверяемые копии документов скрепляются печатью организации или индивидуального предпринимателя (при ее наличии).

**Шаг 5.** Подготовленный пакет документов передается в орган (организацию, образующую инфраструктуру поддержки малого предпринимательства), уполномоченный на принятие решения о предоставлении субсидии.

**Шаг 6.** Орган власти (организация, образующая инфраструктуру поддержки малого предпринимательства), уполномоченный на принятие решения о предоставлении субсидии, рассматривает поступившие документы и принимает решение о предоставлении субсидии либо отказе в предоставлении субсидии и информирует малое предприятие о принятом решении. В случае принятия положительного решения между органом власти (организацией, образующей инфраструктуру поддержки малого предпринимательства) и малым предприятием заключается договор о предоставлении субсидий.

**Шаг 7.** Малое предприятие в установленный договором период предоставляет в соответствующий орган власти (организацию, образующую инфраструктуру поддержки малого предпринимательства) документы, подтверждающие целевое использование субсидии.

**Важно помнить, что в случае невыполнения малым предприятием условий предоставления субсидий, сумма субсидии подлежит возврату. Основаниями для принятия такого решения могут, в частности, выступать:**

3. не подтверждение целевого использования средств субсидии;
4. выявление факта представления недостоверных документов, неполное освоение получателем средств субсидии;
5. невыполнение социальных обязательств, взятых на себя малым предприятием (например, создание меньшего количества рабочих мест, чем было запланировано в технико-экономическом основании, невыполнение условия по уровню среднемесячной заработной платы в расчете на одного работника)

**Справка:** Информация о получении предпринимателем финансовой поддержки в форме субсидии размещается в открытом реестре субъектов малого и среднего предпринимательства - получателей государственной поддержки.

#### **Критерии оценки практического занятия**

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	60	Каждый ответ по схеме (✓, +, ?, !) 15 баллов
Задание 2	40	Аргументированное резюме, 40 баллов Не полное, не чёткое резюме 30 баллов Мало аргументированное резюме 10 баллов.
итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

#### **Спасибо за работу!**

**P.S.** Сегодня **Вы** закончили последнее практическое занятие по «Основам предпринимательства».

Из предыдущих работ узнали:

- что такое товар по степени долговечности и на основе покупательских привычек;
- что такое сегментирование рынка и как найти свою нишу для деятельности;
- Что такое бизнес-идея её конкурентные преимущества;
- Как определяются основные фонды предприятия и их классификацию;
- Что такое упрощенная система налогообложения, и какие предприятия могут ей воспользоваться.



Последняя тема определила, что такое субсидия, и какое предприятие может претендовать на получение субсидий.

Конечно это малая часть материала. Но у **Вас** всё впереди и если вы захотите узнать больше, то непременно узнаете.

**«Если запастись терпением и проявить старание, то посеянные семена знания непременно дадут добрые всходы. Ученья корень горек, да плод сладок»**

**Леонардо да Винчи**

### **Практическая работа № 11 «Составление бизнес-плана»**

**Цель:** изучить структуры и содержания бизнес-плана, методологических основ его разработки

**Оборудование, принадлежности, учебные материалы:** информационный лист 1.

**Время выполнения:** 2 часа

#### **Указания к работе:**

Вам предстоит самостоятельно изучить тему «Определение личных способностей к предпринимательству. Критерии определения способностей к предпринимательской деятельности» Прочитав предлагаемый материал, проанализируйте его и выполните практическое задание.

Задание выполняйте в строгой последовательности, ответы записывайте в рабочую тетрадь.

#### **Ход работы:**

**1.** В данной работе, используя ранее изученный материал, вы должны дать ответ на контрольные вопросы:

1. Что такое бизнес-план
2. Чем отличается бизнес план от годового плана предприятия
3. Назовите основные разделы бизнес плана

В условиях рыночной экономики основным планово-экономическим документом предприятия является бизнес-план. Этот документ отражает специфику предприятия и особенности его производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности, которые весьма разнообразны по своему содержанию. Бизнес-план имеет несколько разделов, в каждом из них в кратком или развернутом виде содержится текст, показатели и расчеты по соответствующим позициям. Все разделы бизнес-плана взаимосвязаны и дополняют друг друга необходимой информацией. Каждый из них по-своему важен, но определяющим является раздел производства и реализации продукции.

**2.** Составьте бизнес план предприятия или фирмы, используя для этого следующие разделы.

Структура бизнес-плана примерно следующая:

- Введение (или резюме): полное название предприятия, место и время регистрации, номер лицензии, местонахождение, статус предприятия и его основное назначение, другие реквизиты.

- Виды производственно-хозяйственной деятельности: отраслевая принадлежность предприятия, особенности производства, характеристика готовой продукции и ее достоинств, преимущества вырабатываемой продукции и др.

- Организационный план: структурная схема управления, численность персонала, среднемесячная заработная плата работников по категориям, денежные доплаты и различные компенсации производственному персоналу, фонд заработной платы на год, показатели производительности труда, фондовооруженность, мероприятия по повышению эффективности управленческого труда и квалификации работников аппарата управления, совершенствование методов хозяйствования и др.

- Производство и реализация продукции: мощность предприятия и показатели ее использования, объемы производства в натуральном и денежном выражениях, номенклатура и ассортимент продукции, товарная и реализованная продукция.

- Материально-техническое снабжение: производственные ресурсы и их разновидности, расчет потребностей в ресурсах, поставщики основного сырья и материалов, организация договорных отношений, способы доставки, потребности и обеспеченность вспомогательными материалами и др.

- Экономическая оценка рынка сбыта продукции: сегментация и потенциальная емкость рынка, основные конкуренты, прогноз объемов сбыта продукции, колебание спроса потребителей и возможности более полного его удовлетворения, способы расширения рынка сбыта, стимулирование сбыта продукции.

- Маркетинговая ситуация: способы реализации продукции, стратегия расширения рынка, выбор благоприятного сегмента рынка, ценообразование, реклама, обслуживание потребителей, изучение спроса, координация работы структурных подразделений по сбытовой деятельности предприятия.

- Финансово-экономические результаты: себестоимость продукции, структура статей и элементов себестоимости, калькуляция себестоимости и расчет затрат по видам продукции, прибыль от реализации продукции, затраты на 1 руб. товарной продукции, рентабельность производства и продукции, баланс доходов и расходов, балансовая прибыль и др.

- Техническое развитие производства; организационно-технические мероприятия по повышению эффективности производства и качеству выпускаемой продукции, мероприятия по вводу основных производственных фондов и производственных мощностей, повышению уровня механизации и автоматизации производственных процессов, обновлению технологического оборудования, обеспечению капитальных вложений и источников их финансирования и т.д..

- Природопользование и охрана окружающей среды: природоохранные мероприятия, их содержание и значение, использование водных ресурсов и охрана воздушного бассейна, устранение сброса загрязненных сточных вод, устройство очистных сооружений, утилизация отходов и др.

Задание	Баллы	Примечание
Задание 1	30	вопрос раскрыт 10 баллов нарушена смысловая цепочка или указ не весь материал 7 баллов
Задание 2	70	Аргументированный раскрытие раздела бизнес плана 7 баллов Не полное раскрытие раздела -5 баллов
Итого	100	

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

***Спасибо за работу!***