

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КОЛЛЕДЖ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

**ПРАКТИКУМ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО
ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

ОП.11 Основы предпринимательской деятельности

Специальность: 08.02.02 Строительство и эксплуатация
инженерных сооружений

Москва, 2024

Содержание

№ п/п	Название практического занятия или лабораторной работы	стр.
Тема 1.1. Предпринимательство в России		
	Практические занятия №№1,2 Тема: Выбор бизнес-идеи, ее обоснование	4
1	Практическое занятие №3 Тема: Анализ организационно-правовой формы регистрации предприятия	7
2	Практическое занятие №4 Тема: Процедура государственной регистрации предпринимательской деятельности	17
Тема 1.4 Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана		
1	Практические занятия №№5,6 Тема: Разработка бизнес-проекта. Разработка маркетинга бизнес-проекта	23
2	Практическое занятие №7 Тема: Разработка финансового плана бизнес-проекта	26
3	Практическое занятие №8 Тема: Презентация бизнес-проекта	29

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ №№1,2

Тема: Выбор бизнес-идеи, ее обоснование

Цель: проверка качества усвоения теоретического материала и степень овладения навыками логического мышления.

Продолжительность занятия: 2 час.

Ход работы:

Предпринимательская идея это выявленная предпринимателем новая форма экономической активности, в которой совмещаются потенциальные или реальные потребности рынка в определенных услугах (или товарах) с возможностями предпринимателя произвести эти услуги (товары) и получить дополнительный доход от нововведения (инновации).

Создайте базу идей, которые могли бы составить основной или дополнительный профиль производства услуг или посредничества. Накопление идей может иметь как текущий, так и перспективный характер. По каждой идее принимайте решение — приступать или не приступать к ее практической реализации.

Процесс принятия решения ведите по собственной индивидуальной технологии, обеспечивающей выбор одного варианта из имеющихся альтернатив, но общие этапы и последовательность их выполнения следующие:

а) первая экспертная оценка идеи самим предпринимателем реальности практического воплощения;

сбор информации о ситуации на рынке для оценки идеи с практических позиций;

- проведение предпринимательских расчетов с целью выявления: объектов спроса и предложения на туристском рынке на услуги (товар), предполагаемые к производству; возможной цены реализации аналогичных услуг; издержек производства; величины прибыли и эффективности производства услуг и др.;

б) вторая экспертная оценка осуществляется привлеченными специалистами и имеет цель установить совместимость идеи с возможностями предпринимателя;

- принятие решения предпринимателем продолжить работу над идеей или же ее отбросить и перейти к осмыслению другой предпринимательской идеи.

При организации предпринимательской деятельности необходимо учитывать два важных момента:

- предпринимательство всегда базируется на конкретной идее, детально изученной и оцененной на экспертном уровне, которая должна быть практически реализована;

- предпринимательская деятельность всегда связана с принятием профессиональных решений.

Любая идея может быть реализована в практику хозяйственной деятельности с разной степенью эффективности. При этом каждый предприниматель избирает и отработывает свою технику реализации идеи. Для реализации идеи составьте общую схему, включающую основные этапы и процессы взаимосвязанных действий, направленных на достижение конкретного результата.

Методология описания и обоснования идеи проекта.

Процесс от идеи до создания готового продукта включает в себя фазы, стадии и этапы, на которых осуществляются: выработка идеи, концептуальная проработка, опытно-конструкторская разработка, включая создание опытного образца, пробный выход на рынок, коммерциализация.

На этапе *выработки идеи* проекта производится первичная оценка идей по разработке продукта (услуги) с целью выбора из них более эффективных. Источниками новых идей для бизнес-проектов могут быть: потребители, товары конкурентов, мнение торговых работников, публикации правительства, НИР и ОКР и т.д.

Описание и обоснование идеи проекта

1. Выработка идеи нового проекта

2. Анализ положения дел в отрасли

3. Описание продукта (услуги) бизнес-проекта:

- параметров (технических (органолептических), функциональных, экономических и др.);

- отличительных особенностей продукта (услуги);

- патентозащищенности;

- жизненного цикла продукта (услуги).

4. Анализ и принятие решения

Укрупненный перечень локальных бизнес-процессов описания и обоснования идеи проекта

Для выработки новых идей используются представленные ниже методы.

Метод «мозговой атаки» - спонтанное генерирование участниками - представителями разных профессий множества идей по поставленной проблеме. Не допускаются к обсуждению признанные авторитеты. Запрещается критиковать и давать отрицательные оценки.

Метод «мозговой атаки наоборот» - в отличие от «мозговой атаки» все участники группы выявляют недостатки высказываемых идей и предлагают пути их устранения.

Метод Гордона- ведущий излагает концепцию по решению проблемы, а участники высказывают свои идеи. После уточнения исходной концепции ведущий вскрывает искомую проблему, а участники высказывают конкретные предложения и свои идеи о том, как их реализовать.

Метод вопросника основан на составлении в произвольной форме перечня вопросов, направленных на выявление возможностей улучшить конструкцию, дизайн, использование товара по другому назначению, его перекомпоновку, уменьшение и т.п. с целью выработки принципиально новых решений и поиска новых идей.

Метод вмененных связей включает несколько шагов по выявлению всех входящих в проблему элементов, установлению всех взаимосвязей между этими элементами, описанию этих взаимосвязей в структурированном виде, анализу взаимосвязей с целью установления закономерностей и выявления новых идей, вытекающих из этих закономерностей.

Метод записной книжки основан на фиксировании в специальной записной книжке, блокноте или тетради всех известных фактов, имеющих отношение к решению исследуемой проблемы, и результатов обдумывания проблемы и возможных путей ее решения. Через месяц на основе анализа составляется список самых лучших идей. При коллективном методе выработки идей все участники сдают свои собственные записи координатору, который сводит информацию воедино и составляет общий список идей, по которому проводится общее обсуждение.

Эвристический метод базируется на умении строить догадки, используя рассуждения, интуицию и прошлый опыт, и предполагает выявление всех концепций, которые имеют отношение к изучаемому вопросу, и выработку на их основе всех возможных комбинаций и идей.

Научный метод сводится к сбору данных в ходе наблюдений или экспериментов и проверке на основании этих данных различных гипотез с целью выбора решения, наилучшего из всех допустимых.

Стоимостный анализ проводится с целью максимизации выгоды для предпринимателя и предприятия.

Метод матричных структур предполагает систематизацию поиска новых идей путем построения матрицы, столбцы которой соответствуют обсуждаемым вариантам товаров, а строки - рыночным показателям этих товаров (круг потребителей, на которых рассчитан товар, где можно его использовать и т.п.).

Параметрический анализ предполагает два этапа: первый - идентификация параметров, второй - творческий синтез.

Использование перечисленных и других подобных методов позволяет выработать несколько новых идей и выбрать из них наиболее эффективную для разработки бизнес-проекта.

Вопросы для устного опроса:

1. Назовите условия для выбора бизнес-идеи
2. Назовите параметры выбора бизнес-идеи

Вывод.

Выберите бизнес-идею и напишите вывод.
Оформленный отчет сдайте преподавателю

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №3

Тема: Анализ организационно-правовой формы регистрации предприятия

Цель: проверка качества усвоения теоретического материала и степень овладения навыками по анализу организационно-правовых форм регистрации предприятия

Продолжительность занятия: 2 час.

Краткие сведения из теории

Юридические лица - коммерческие организации могут иметь следующую организационно - правовую форму: хозяйственное товарищество или общество; крестьянское (фермерское) хозяйство; хозяйственное партнерство; производственный кооператив; государственное и муниципальное унитарное предприятие. Некоммерческие организации могут создаваться в любых формах, предусмотренных законом. Действующим законодательством предусмотрено создание следующих видов некоммерческих организаций:

1) Потребительский кооператив

Потребительским кооперативом признается добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемого путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Пайщиками потребительского кооператива могут быть граждане, достигшие 16-летнего возраста, и юридические лица.

Государственная регистрация потребительских кооперативов осуществляется в соответствии с Положением о порядке государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности.

В потребительском кооперативе нет ограничений на круг участников, если они прямо не установлены специальным законом или уставом конкретного кооператива. Соответственно этому не исключается возможность одновременного участия одного и того же гражданина в нескольких кооперативах, даже в однородных.

Особенности правового статуса потребительских кооперативов определяются специальными законами об отдельных видах таких кооперативов -- о потребительской, жилищной и жилищно-строительной, садоводческой и иной кооперации [1, с. 24].

Потребительские кооперативы имеют ряд отличительных черт по сравнению с другими некоммерческими организациями. Так, отличительной чертой данной организационно-правовой формы некоммерческой организации является то, что потребительский кооператив создается и осуществляет деятельность для удовлетворения материальных и иных потребностей его членов. Закон и устав потребительского кооператива могут предусматривать осуществление им некоторых видов предпринимательской деятельности. Полученные от этой деятельности доходы могут распределяться между членами кооператива либо идти на иные нужды, определенные его общим собранием. Деятельность же других некоммерческих организаций направлена, как правило, на достижение общественных благ.

Единственным учредительным документом потребительского кооператива является его устав, который утверждается высшим органом - общим собранием членов кооператива. Устав потребительского кооператива, в зависимости от специфики деятельности организации, должен отвечать требованиям, предъявляемым законодательством к учредительным документам данного вида юридических лиц. Наименование потребительского кооператива должно содержать указание на основную цель кооператива, а также слово «кооператив» или слова «потребительское общество» или «потребительский союз».

Однако не допускается использование слов «потребительское общество» и «союз потребительских обществ» в названиях потребительских кооперативов, осуществляющих

свою деятельность на основании Закона «О сельскохозяйственной кооперации», а также иных специализированных потребительских кооперативов, на которые не распространяется Закон «О потребительской кооперации».

К числу особенностей имущественно-правового положения потребительских кооперативов относится правило о необходимости иметь полностью оплаченный паевой фонд, конкретный размер которого должен определяться специальными законами для каждого вида кооперативов отдельно. Вместе с тем при отсутствии предпринимательской деятельности и соответствующих доходов потребительский кооператив может покрывать свои убытки лишь за счет дополнительных взносов участников. Поэтому обязанность по внесению таких взносов является специально предусмотренной уставной обязанностью члена такого кооператива. Одновременно она является гарантией имущественных интересов кредиторов потребительского кооператива. Отсутствие таких гарантий дает кредиторам основание ставить вопрос о ликвидации кооператива.

Состав, размер и порядок внесения членами кооператива паевых взносов определены уставом организации.

Как правило, этим участие членов в деятельности потребительского кооператива ограничивается, т.к. закон не требует их личного трудового вклада в общее дело (исключение составляют лишь сельскохозяйственные кооперативы -- личное участие членов в их хозяйственной деятельности обязательно).

Имущество потребительского кооператива принадлежит ему на праве собственности, а пайщики сохраняют на это имущество лишь обязательственные права.

Потребительский кооператив отвечает по своим обязательствам своим имуществом, он не отвечает по обязательствам пайщиков.

Члены потребительского кооператива солидарно несут субсидиарную ответственность (т.е. ответственность наступает только в том случае, когда имущества самого кооператива для удовлетворения требований кредиторов недостаточно) по его обязательствам в пределах внесенной части дополнительного взноса каждого из членов кооператива. Доходы, полученные потребительским кооперативом от предпринимательской деятельности, осуществляемой кооперативом в соответствии с законом и уставом, распределяются между его членами. При распределении доходов потребительского кооператива между его пайщиками размер кооперативных выплат не должен превышать 20% от доходов общества.

Так как потребительский кооператив является некоммерческой организацией, в целом его деятельность финансируется не за счет полученной прибыли (хотя и этот источник не исключается, если получение прибыли - дополнительная цель деятельности кооператива), а главным образом из вступительных, текущих и дополнительных паевых взносов членов кооператива. Убытки кооператива покрываются за счет дополнительных взносов. Факт наличия убытков и их размер устанавливаются при утверждении годового баланса. Как правило, общее собрание членов, утверждая баланс, принимает решение о размере дополнительных взносов, подлежащих внесению каждым из членов, о порядке и сроках их уплаты. При этом срок уплаты дополнительных взносов не должен превышать трех месяцев. Порядок покрытия убытков потребительского общества его пайщиками в обязательном порядке определяется в уставе общества. Если покрыть убытки за счет дополнительных взносов невозможно, кооператив может быть ликвидирован на основании судебного решения.

Пунктом 1 ст. 65 ГК РФ предусмотрена теперь и возможность банкротства потребительского кооператива.

2. Общественные и религиозные организации

Общественные и религиозные организации как добровольные объединения граждан для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей также являются юридическими лицами -- некоммерческими организациями. Лишь в этом качестве -- как участники имущественных, гражданских правоотношений -- они приобретают правовой

статус, регулируемый нормами гражданского права. ГК РФ не регулирует иные особенности их статуса, включая внутреннюю организацию и структуру управления.

По общему правилу общественные и религиозные организации являются объединениями только граждан.

Общественные и религиозные организации, являясь некоммерческими организациями, вправе осуществлять предпринимательскую деятельность лишь для достижения целей, ради которых они созданы, и соответствующую этим целям. Члены этих организаций не сохраняют никаких прав на имущество, переданное в собственность этих организаций, что отличает эти организации как от коммерческих, так и от других некоммерческих организаций. Участники не отвечают по обязательствам общественных и религиозных организаций, в которых участвуют в качестве их членов, а указанные организации не отвечают по обязательствам своих членов.

Предпринимательская деятельность указанных организаций может осуществляться только в пределах уставной правоспособности и в тех формах, которые предусмотрены законодательством. Так, например, общественная организация вправе создавать свои предприятия, деятельность которых также не может выходить за пределы уставной правоспособности самой организации.

Доходы от деятельности некоммерческих организаций, созданных общественными и религиозными организациями, не могут распределяться между членами таких некоммерческих организаций, а направляются на нужды этих юридических лиц [1, с. 26].

Религиозным объединением в Российской Федерации признается добровольное объединение граждан Российской Федерации, иных лиц, постоянно и на законных основаниях проживающих на территории Российской Федерации, образованное в целях совместного исповедания и распространения веры и обладающее соответствующими этой цели признаками:

- вероисповедание;
- совершение богослужений, других религиозных обрядов и церемоний;
- обучение религии и религиозное воспитание своих последователей.

Религиозные объединения могут создаваться в форме религиозных групп и религиозных организаций. При этом запрещается создание религиозных объединений в органах государственной власти, других государственных органах, государственных учреждениях и органах местного самоуправления, воинских частях, государственных и муниципальных организациях. Законом запрещаются создание и деятельность религиозных объединений, цели и действия которых противоречат закону.

Религиозной группой по Закону признается добровольное объединение граждан, образованное в целях совместного исповедания и распространения веры, осуществляющее деятельность без государственной регистрации и приобретения правоспособности юридического лица. Помещения и необходимое для деятельности религиозной группы имущество предоставляются в пользование группы ее участниками.

Граждане, образовавшие религиозную группу с намерением в дальнейшем преобразовать ее в религиозную организацию, уведомляют о ее создании и начале деятельности органы местного самоуправления.

Религиозные группы имеют право совершать богослужения, другие религиозные обряды и церемонии, а также осуществлять обучение религии и религиозное воспитание своих последователей. Религиозные организации вправе в соответствии со своими уставами и с законодательством Российской Федерации создавать образовательные учреждения. По просьбе родителей или лиц, их заменяющих, с согласия детей, обучающихся в государственных и муниципальных образовательных учреждениях, администрация указанных учреждений по согласованию с соответствующим органом местного самоуправления предоставляет религиозной организации возможность обучать детей религии вне рамок образовательной программы.

Религиозной организацией в соответствии с Законом признается добровольное объединение граждан Российской Федерации, иных лиц, постоянно и на законных основаниях проживающих на территории Российской Федерации, образованное в целях совместного исповедания и распространения веры и в установленном Законом порядке зарегистрированное в качестве юридического лица.

Религиозные организации в зависимости от территориальной сферы своей деятельности подразделяются на местные и централизованные.

Местной религиозной организацией признается религиозная организация, состоящая не менее чем из десяти участников, достигших возраста восемнадцати лет и постоянно проживающих в одной местности либо в одном городском или сельском поселении.

Централизованной религиозной организацией признается религиозная организация, состоящая в соответствии со своим уставом не менее чем из трех местных религиозных организаций.

Централизованная религиозная организация, структуры которой действовали на территории Российской Федерации на законных основаниях на протяжении не менее пятидесяти лет на момент обращения указанной религиозной организации в регистрирующий орган с заявлением о государственной регистрации, вправе использовать в своих наименованиях слова «Россия», «российский» и производные от них [10, с. 257].

Религиозной организацией признается также учреждение или организация, созданные централизованной религиозной организацией в соответствии со своим уставом, имеющие цель и признаки, которые предусмотрены пунктом 1 статьи 6 Закона, в том числе руководящий либо координирующий орган или учреждение, а также учреждение профессионального религиозного образования.

Органы государственной власти при рассмотрении вопросов, затрагивающих деятельность религиозных организаций в обществе, учитывают территориальную сферу деятельности религиозной организации и предоставляют соответствующим религиозным организациям возможность участия в рассмотрении указанных вопросов.

Наименование религиозной организации должно содержать сведения о ее вероисповедании. Религиозная организация обязана указывать свое полное наименование при осуществлении деятельности.

Религиозная организация обязана ежегодно информировать зарегистрировавший ее орган о продолжении своей деятельности с указанием сведений, включаемых в единый государственный реестр юридических лиц.

Указанные сведения о местных религиозных организациях могут представляться в регистрирующий орган соответствующей централизованной религиозной организацией.

Непредставление указанных сведений в течение трех лет является основанием для обращения регистрирующего органа в суд с иском о признании религиозной организации прекратившей свою деятельность.

В соответствии с Законом учредителями местной религиозной организации могут быть не менее десяти граждан Российской Федерации, объединенных в религиозную группу, у которой имеется подтверждение ее существования на данной территории на протяжении не менее пятнадцати лет, выданное органами местного самоуправления, или подтверждение о вхождении в структуру централизованной религиозной организации того же вероисповедания, выданное указанной организацией. Централизованные религиозные организации образуются при наличии не менее трех местных религиозных организаций одного вероисповедания в соответствии с собственными установлениями религиозных организаций, если такие установления не противоречат закону.

Религиозная организация действует на основании устава, который утверждается ее учредителями или централизованной религиозной организацией и должен отвечать требованиям гражданского законодательства Российской Федерации.

В уставе религиозной организации указываются:

- наименование, место нахождения, вид религиозной организации, вероисповедание и в случае принадлежности к существующей централизованной религиозной организации ее наименование;

- цели, задачи и основные формы деятельности;
- порядок создания и прекращения деятельности;
- структура организации, ее органы управления, порядок их формирования и компетенция;
- источники образования денежных средств и иного имущества организации;
- порядок внесения изменений и дополнений в устав;
- порядок распоряжения имуществом в случае прекращения деятельности;
- другие сведения, относящиеся к особенностям деятельности данной религиозной организации.

Общественным объединением является добровольное, самоуправляемое, некоммерческое формирование, созданное в результате волеизъявления граждан, объединившихся на основе общности интересов, указанных в уставе общественного объединения.

Деятельность общественных объединений должна быть основана на принципах равноправия, самоуправления и законности. Общественные объединения свободны в определении своей внутренней структуры, целей, форм и методов своей деятельности.

Общественные объединения создаются в целях реализации и защиты гражданских, политических, экономических, социальных и культурных прав и свобод; развития активности и самостоятельности граждан, их участия в управлении государственными и общественными делами; удовлетворения профессиональных и любительских интересов; развития научного, технического и художественного творчества; охраны здоровья населения, участия в благотворительной деятельности; проведения культурно-просветительской, физкультурно-оздоровительной и спортивной работы; охраны природы; расширения международных связей; осуществления иной деятельности, не запрещенной законом [10, с. 258].

Общественные объединения создаются по инициативе не менее десяти граждан.

Общественные объединения, кроме политических партий и профессиональных союзов, могут быть созданы также другими общественными объединениями.

В процессе создания общественного объединения созывается учредительный съезд (конференция) либо общее собрание, на котором принимается устав общественного объединения (положение, иной основополагающий акт) и образуются руководящие органы.

Общественные объединения в порядке, определяемом законодательством, осуществляют производственную и хозяйственную деятельность и создают лишь в целях выполнения уставных задач предприятия и хозрасчетные организации, обладающие правом юридического лица.

Доходы от производственной и хозяйственной деятельности общественных объединений не могут перераспределяться между членами этих объединений и используются только для выполнения уставных задач, допускается использование общественными объединениями своих средств на благотворительные цели, даже если это не указано в их уставах.

Общественные объединения в зависимости от целей их деятельности, наличия (отсутствия) членов, порядка управления имуществом могут быть созданы в одной из установленных законодательством организационно – правовых форм:

- 1) общественная организация;
- 2) общественное движение;
- 3) общественный фонд;
- 4) общественное учреждение;
- 5) орган общественной самодеятельности.

Общественная организация -- основанное на членстве общественное объединение, созданное на основе совместной деятельности для защиты общих интересов и достижения

уставных целей объединившихся граждан. Высшим руководящим органом общественной организации является съезд (конференция) или общее собрание. Постоянно действующим руководящим органом общественной организации является выборный коллегиальный орган, подотчетный съезду (конференции) или общему собранию. В случае государственной регистрации общественной организации ее постоянно действующий руководящий орган осуществляет права юридического лица от имени общественной организации и исполняет ее обязанности в соответствии с уставом.

Общественное движение - состоящее из участников и не имеющее членства массовое общественное объединение, преследующее социальные, политические и иные общественно-полезные цели, поддерживаемые участниками общественного движения. Высшим руководящим органом общественного движения является съезд (конференция) или общее собрание. Постоянно действующим руководящим органом является выборный коллегиальный орган, подотчетный съезду (конференции) или общему собранию.

Общественный фонд - один из видов некоммерческих фондов. Представляет собой не имеющее членства общественное объединение, цель которого заключается в формировании имущества на основе добровольных взносов, иных не запрещенных законом поступлений и использовании данного имущества на общественно-полезные цели. Учредители и управляющие имуществом не вправе использовать указанное имущество в собственных интересах. Руководящий орган общественного фонда формируется его учредителями и (или) участниками либо решением учредителей общественного фонда, принятым в виде рекомендаций или персональных назначений, либо путем избрания участниками на съезде (конференции) или общем собрании.

Общественное учреждение - не имеющее членства общественное объединение, ставящее своей целью оказание конкретного вида услуг, отвечающих интересам участников и соответствующих уставным целям данного учреждения. Управление общественным учреждением и его имуществом осуществляется лицами, назначенными учредителями (учредителем). В соответствии с учредительными документами в общественном учреждении может создаваться коллегиальный орган. Указанный орган может определять содержание деятельности общественного учреждения, иметь право совещательного голоса при учредителе, но не вправе распоряжаться имуществом общественного учреждения.

Орган общественной самодеятельности - не имеющее членства общественное объединение, целью которого является совместное решение различных социальных проблем, возникающих у граждан по месту жительства, работы, учебы, направленное на удовлетворение потребностей неограниченного круга лиц, чьи интересы связаны с достижением уставных целей и реализацией программ органа общественной самодеятельности по месту его создания. Орган общественной самодеятельности формируется по инициативе граждан, заинтересованных в решении указанных проблем, и строит свою работу на основе самоуправления в соответствии с уставом, принятым на собрании учредителей [10, с. 259].

Политическое общественное объединение -- общественное объединение, в уставе которого в числе основных целей должны быть закреплены участие в политической жизни общества посредством влияния на формирование политической воли граждан, участие в выборах в органы государственной власти и местного самоуправления.

3. Фонды

Фонд представляет собой некоммерческую организацию, создаваемую учредителями в определенных общественно-полезных целях путем объединения имущественных взносов.

Фонды -- относительно новый вид юридических лиц, успевший, однако, получить на сегодняшний день широкое распространение в России.

По сравнению с другими некоммерческими юридическими лицами фонд обладает определенными особенностями, например, отсутствие членства, возможность юридических лиц быть учредителями фонда, обязанность публиковать отчеты об использовании своего имущества и т.д.

В связи с тем, что фонды не основаны на членстве участников, последние не только не обязаны участвовать в деятельности организации, но и лишены возможности прямо участвовать в управлении ее делами. Кроме того, фонд является собственником своего имущества, на которое у его учредителя (участников) отсутствуют какие-либо права. Учитывая эти факторы, вполне обоснованным представляются предъявляемые законодателем требования о создании попечительского совета, осуществляющего надзор за деятельностью фонда и его должностных лиц, и obligation фонда к публичному ведению своих имущественных дел.

Правом учреждать фонд обладают граждане и юридические лица. ГК РФ не устанавливает каких-либо специальных требований к субъектному составу участников фонда. Однако в законах, регулирующих деятельность фондов отдельных видов, определенные ограничения предусматриваются. Так, учредителями общественного фонда могут выступать граждане, а также юридические лица, созданные только в форме общественных объединений. Законодательством прямо определено, что учредителями, членами и участниками общественных фондов не могут быть органы государственной власти и органы местного самоуправления. Запрещается участие в благотворительных фондах органов государственной власти и органов местного самоуправления, государственных и муниципальных унитарных предприятий, государственных и муниципальных учреждений.

Фонд обладает специальной правоспособностью и осуществляет деятельность в соответствии с целями создания, закрепленными в уставе. Таким образом, возможные формы предпринимательской деятельности фонда ограничены. Иначе говоря, специальная правоспособность фонда имеет два проявления: во-первых, он вправе осуществлять только ту некоммерческую деятельность, которая соответствует целям его создания, отраженным в его уставе, иная деятельность будет признана неуставной; во-вторых, фонд вправе осуществлять только те виды предпринимательской деятельности, которые не противоречат целям его создания, закрепленным в уставе.

По сравнению с другими некоммерческими организациями фонд не обладает правом участвовать в товариществах на вере в качестве вкладчика. Что касается благотворительных фондов, то им запрещено участвовать в хозяйственных обществах совместно с другими лицами.

Фонд является собственником своего имущества, а его учредители (участники) не несут ответственность по его долгам. Имущество фонда, оставшееся после его ликвидации и расчетов с кредиторами, не подлежит распределению между учредителями.

Благотворительная или иная общественно-полезная деятельность фондов требует постоянных материальных затрат, которые невозможно обеспечивать при отсутствии членских взносов, так как структура фонда не предусматривает членства. В связи с этим закон позволяет фондам участвовать в предпринимательской деятельности как непосредственно, так и через создаваемые для этих целей хозяйственные общества.

Изменения в уставе фонда, как и его ликвидация, по общему правилу возможны лишь в судебном порядке. При этом для ликвидации фонда законодателем предусмотрены следующие основания:

- 1) если имущества фонда недостаточно для осуществления его целей и вероятность получения необходимого имущества нереальна;
 - 2) если цели фонда не могут быть достигнуты, а необходимые изменения целей фонда не могут быть произведены;
 - 3) в случае уклонения фонда в его деятельности от целей, предусмотренных уставом;
- Ликвидация фонда возможна также и в других случаях, предусмотренных законом.

4. Учреждения

Учреждением признается организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично. Учреждение отвечает по своим

обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами. При их недостаточности субсидиарную ответственность по его обязательствам несет собственник соответствующего имущества.

Учреждения создаются для определенной деятельности некоммерческого характера собственником имущества. В качестве собственника могут выступать юридические и физические лица, государство, муниципальные образования. Учреждение может быть создано совместно несколькими собственниками.

Учредительным документом учреждения, как правило, является устав, утверждаемый собственником (при совместном учредительстве -- всеми собственниками). В случаях, когда планируется создание нескольких учреждений, выполняющих однородные функции, возможно утверждение примерного устава.

Учреждение, являясь одной из разновидностей некоммерческой организации, владеет закрепленным за ним имуществом на праве оперативного управления, т.е. пользуется и распоряжается им лишь в той мере, в которой это дозволено собственником. Имущество, которым учреждение распорядилось без согласия собственника, истребуется собственником из чужого незаконного владения.

При недостаточности денежных средств учреждения для расчетов с кредиторами собственник несет субсидиарную ответственность по долгам созданного им учреждения.

Собственник может наделить учреждение правом заниматься деятельностью, приносящей доходы, предусмотрев это в уставе (положении). Такие доходы и приобретенное за счет них имущество учитываются на самостоятельном балансе и поступают в хозяйственное ведение учреждения.

5. Объединения юридических лиц (ассоциации и союзы)

Коммерческие организации в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов могут по договору между собой создавать объединения в форме ассоциаций или союзов, являющихся некоммерческими организациями. Если по решению участников на ассоциацию (союз) возлагается ведение предпринимательской деятельности, такая ассоциация (союз) преобразуется в хозяйственное общество или товарищество либо может создать для осуществления предпринимательской деятельности хозяйственное общество или участвовать в таком обществе.

Общественные и иные некоммерческие организации, в том числе учреждения, могут добровольно объединяться в ассоциации (союзы) этих организаций. Ассоциация (союз) некоммерческих организаций является некоммерческой организацией.

Члены ассоциации (союза) сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица. Ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов. Члены ассоциации (союза) несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в размере и в порядке, предусмотренных учредительными документами ассоциации.

Объединения юридических лиц (ассоциации или союзы) в соответствии с законодательством могут создаваться либо только коммерческими, либо только некоммерческими юридическими лицами. Одновременное участие в объединении коммерческих и некоммерческих организаций не допускается.

Ассоциация (союз) коммерческих юридических лиц имеет своей целью координацию осуществляемой ими предпринимательской деятельности, представление и защиту общих имущественных интересов. Возможность непосредственного осуществления объединением деятельности в иных направлениях, в том числе предпринимательской, исключается. Таким образом, правоспособность объединения коммерческих организаций ограничена по сравнению с другими некоммерческими организациями, которые самостоятельно определяют направления своей деятельности и обладают правом осуществлять отдельные виды предпринимательской деятельности.

Для возможности ведения предпринимательской деятельности объединение с соблюдением установленных правил должно быть преобразовано в хозяйственное общество или товарищество.

Юридические лица, объединившиеся в ассоциацию (союз), сохраняют свою самостоятельность и статус юридического лица. Оно обладает теми же правами, что и до вступления в ассоциацию (союз).

Ассоциация (союз) является собственником имущества, складывающегося за счет регулярных и единовременных поступлений от участников, а также иных разрешенных законодательством источников. Данное имущество используется объединением в соответствии с его специальной правоспособностью. При ликвидации объединения имущество, оставшееся после удовлетворения требований кредиторов, не распределяется между участниками, а направляется на цели, аналогичные целям ликвидируемого объединения.

Ассоциация (союз) не несет ответственность по обязательствам своих членов. Напротив, члены ассоциации (союза) отвечают по ее обязательствам -- несут субсидиарную ответственность всем своим имуществом. Основания и пределы ответственности членов определяются в учредительных документах объединения.

6. Некоммерческое партнерство

Государственной Думой 8 декабря 1995 года был принят Федеральный закон «О некоммерческих организациях».

Закон предоставляет заинтересованным лицам возможность создания некоммерческих организаций в формах, не предусмотренных Гражданским кодексом Российской Федерации. Одной из этих форм является некоммерческое партнерство.

В соответствии со ст. 8 Закона «О некоммерческих организациях» некоммерческим партнерством является основанная на членстве некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами для содействия ее членам в осуществлении деятельности, направленной на достижение социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

Имущество, переданное некоммерческому партнерству его членами, является собственностью партнерства. Члены некоммерческого партнерства не отвечают по его обязательствам, а некоммерческое партнерство не отвечает по обязательствам своих членов.

Некоммерческое партнерство вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, соответствующую целям, для достижения которых оно создано [15, с. 212].

Некоммерческое партнерство относится к юридическим лицам, в отношении которых их члены имеют обязательственные права. Члены некоммерческого партнерства вправе:

- участвовать в управлении делами некоммерческого партнерства;
- получать информацию о деятельности некоммерческого партнерства в установленном учредительными документами порядке;
- по своему усмотрению выходить из некоммерческого партнерства;
- если иное не установлено федеральным законом или учредительными документами некоммерческого партнерства, получать при выходе из некоммерческого партнерства часть его имущества или стоимость этого имущества в пределах стоимости имущества, переданного членами некоммерческого партнерства в его собственность, за исключением членских взносов, в порядке, предусмотренном учредительными документами некоммерческого партнерства;
- получать в случае ликвидации некоммерческого партнерства часть его имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, либо стоимость этого имущества в пределах

стоимости имущества, переданного членами некоммерческого партнерства в его собственность, если иное не предусмотрено федеральным законом или учредительными документами некоммерческого партнерства.

Член некоммерческого партнерства может быть исключен из него по решению остающихся членов в случаях и в порядке, которые предусмотрены учредительными документами некоммерческого партнерства.

Член некоммерческого партнерства, исключенный из него, имеет право на получение части имущества некоммерческого партнерства или стоимости этого имущества.

Члены некоммерческого партнерства могут иметь и другие права, предусмотренные его учредительными документами и не противоречащие законодательству.

7. Автономная некоммерческая организация

В соответствии с Законом автономной некоммерческой организацией признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов в целях предоставления услуг в области образования, здравоохранения, культуры, науки, права, физической культуры и спорта и иных услуг.

Автономная некоммерческая организация относится к юридическим лицам, в отношении которых их учредители (участники) не имеют имущественных прав. Ранее к таким организациям гражданское законодательство относило общественные и религиозные организации (объединения), благотворительные и иные фонды, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Автономная некоммерческая организация вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, соответствующую целям, для достижения которых создана указанная организация.

Надзор за деятельностью автономной некоммерческой организации осуществляют ее учредители в порядке, предусмотренном ее учредительными документами.

Учредители автономной некоммерческой организации могут пользоваться ее услугами только на равных условиях с другими лицами

Контрольные вопросы

Сфера предпринимательской деятельности;

Размер капитала и способы его формирования;

Участие учредителей в управлении бизнесом;

Распределение полученной прибыли;

Возможности привлечения дополнительного финансирования;

Специфика бухгалтерского учета и налогообложения

Вывод

Изучите краткие сведения из теории.

Ответьте на контрольные вопросы по всем юридически-правовым формам .

Оформленный отчет сдайте преподавателю.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №4

Тема: Процедура государственной регистрации предпринимательской деятельности

Цель: проверка качества усвоения теоретического материала и степень овладения навыками по разработке **процедуры государственной регистрации**

Продолжительность занятия: 2 часа.

Краткие сведения из теории

Государственная регистрация юридического лица или физического лица в качестве индивидуального предпринимателя необходима для законного оформления права заниматься предпринимательской деятельностью. В целях проведения налогового контроля все организации и индивидуальные предприниматели подлежат постановке на учет в территориальном налоговом органе по месту нахождения организации или месту жительства индивидуального предпринимателя. И государственная регистрация, и постановка на учет осуществляются налоговыми органами.

Порядок государственной регистрации регулируется Федеральным законом от 08.08.2001 №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»

Порядок постановки на учет и снятия с учета регулируется статьями 83 и 84 Налогового кодекса РФ.

Предпринимательская деятельность, осуществляемая без государственной регистрации или с нарушением правил регистрации, является незаконной и предусматривает ответственность в соответствии со статьями 14.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и 171 Уголовного кодекса РФ.

Основные этапы прохождения государственной регистрации выглядят так:

Для организаций:

1. Определение места нахождения юридического лица - «юридического» адреса
2. Оплата госпошлины (реквизиты в налоговой инспекции)
3. Нотариальное удостоверение подписи заявителя в заявлении о государственной регистрации
4. Подача документов в налоговую инспекцию на государственную регистрацию по адресу места нахождения юридического лица:
 - Заявление о государственной регистрации юридического лица (форма Р11001),
 - Учредительные документы юридического лица (в т.ч. Устав),
 - Решение о создании юридического лица,
 - Квитанция об оплате госпошлины.

Для индивидуальных предпринимателей:

1. Оплата госпошлины (реквизиты в налоговой инспекции)
2. Нотариальное удостоверение подписи заявителя в заявлении о государственной регистрации
3. Подача документов в налоговую инспекцию на государственную регистрацию по адресу места жительства гражданина:
 - Заявление о государственной регистрации физического лица в качестве ИП (форма Р21001),
 - Копия паспорта,
 - Квитанция об уплате госпошлины.

По результатам регистрации выдаются следующие документы:

- Свидетельство о государственной регистрации юридического лица или Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, либо Решение об отказе в государственной регистрации (направляется почтовым отправлением на адрес заявителя),

- Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе (Уведомление о постановке на учет в налоговом органе индивидуального предпринимателя),
- Выписка из ЕГРЮЛ или ЕГРИП.

За государственную регистрацию физического лица в качестве индивидуального предпринимателя установлена государственная пошлина в размере 800 рублей (пп. 1 п. 1 ст. 333.33 Налогового кодекса РФ).

За государственную регистрацию в качестве юридического лица взимается государственная пошлина в размере 4000 рублей (ст. 333.33 Налогового кодекса РФ).

Образцы форм заявлений для государственной регистрации можно найти на сайте Федеральной налоговой службы РФ по адресу: <http://nalog.ru/>.

Государственная регистрация осуществляется в срок не более 5 рабочих дней со дня предоставления документов в регистрирующий орган (ст. 8 Федерального закона 129-ФЗ).

Важные моменты:

1. Наиболее удобной для малого предпринимательства организационно-правовой формой деятельности является общество с ограниченной ответственностью (ООО), которое не должно выпускать акции и публиковать финансовые результаты деятельности в средствах массовой информации. Действующее законодательство предъявляет минимальные требования к его участникам и процедуре регистрации. В любом случае, право выбора организационно-правовой формы деятельности остается за гражданами.

2. Государственная регистрация индивидуального предпринимателя осуществляется по месту его жительства. Если физическое лицо имеет место жительства в одном населенном пункте, а предпринимательскую деятельность предполагает вести в другом, оно подлежит государственной регистрации по месту жительства, а не по месту возможного осуществления предпринимательской деятельности.

3. Регистрация юридического лица или индивидуального предпринимателя всегда происходит одновременно с постановкой на налоговый учет, несмотря на то, что в ряде регионов России (например, в Москве) кроме налоговых инспекций, занимающихся учетом налогоплательщиков, существуют отдельные налоговые инспекции, занимающиеся исключительно вопросами регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Постановка на учет организации или индивидуального предпринимателя в налоговом органе по месту нахождения или по месту жительства осуществляется на основании сведений, содержащихся в едином государственном реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ), едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП) (пункт 3 статьи 83 Налогового кодекса РФ).

Если осуществляются виды деятельности, подлежащие переводу на ЕНВД, помимо «обычной» постановки на учет в налоговом органе, дополнительно возникает обязанность встать в налоговый орган по месту осуществления деятельности на учет в качестве налогоплательщика - ЕНВД, представив в этот налоговый орган отдельное заявление. При осуществлении таких видов деятельности, как оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов, развозная или разносная розничная торговля, размещение рекламы на транспортных средствах, отдельное заявление подается в налоговый орган по месту нахождения организации (месту жительства индивидуального предпринимателя), (пункт 2 статьи 346.28 Налогового кодекса РФ).

В случае прекращения осуществления вида деятельности, переведенного на ЕНВД, в налоговый орган так же подается заявление о снятии с учета в качестве плательщика ЕНВД.

Заявление подается в течение пяти дней с момента начала (окончания) осуществления вида деятельности, подлежащего переводу на ЕНВД.

В соответствии с пунктом 6 статьи 84 Налогового кодекса постановка на учет, снятие с учета осуществляются бесплатно.

4. Идентификационный номер налогоплательщика (ИНН) присваивается не позднее пяти рабочих дней с момента подачи документов на государственную регистрацию

одновременно с выдачей свидетельства о постановке на учет, а также свидетельства о государственной регистрации организации или индивидуального предпринимателя. Если физическое лицо, зарегистрировавшееся в качестве индивидуального предпринимателя, ранее уже получило ИНН, то налоговым органом ему будет выдано уведомление о постановке на учет по месту жительства, в котором отражается ранее присвоенный ИНН.

5. Каждая коммерческая организация, в отличие от индивидуального предпринимателя, должна иметь устав, а также уставный капитал, который оплачивается учредителями имуществом или деньгами на расчетный счет. Минимальный размер уставного капитала обществ с ограниченной ответственностью определен пунктом 1 статьи 14 Федерального закона от 08.02.1998 года №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (далее - Закон) и должен быть не менее 10 000 руб.

При оплате уставного капитала имуществом в налоговую инспекцию нужно представить решение учредителя (общего собрания учредителей) о формировании капитала организации путем внесения имущества (далее - решение), в котором нужно указать его наименование и стоимость. Если стоимость имущества превышает 20 000 рублей, то для ее подтверждения потребуется оценка (пункт 2 статьи 15 Закона). Поэтому к указанному решению рекомендуем приложить акт оценки имущества, составленный независимым оценщиком в произвольной форме.

При формировании уставного капитала путем внесения денег банк откроет временный (накопительный) счет, на который к моменту регистрации организации разрешается внести не менее 50 процентов от размера минимального капитала, то есть не менее 5 000 рублей (пункт 2 статьи 16 Закона). Остальную часть денежных средств можно внести в течение года после завершения процедуры государственной регистрации. Как правило, для открытия временного счета в банк достаточно представить заявление об открытии счета и нотариально заверенные копии учредительных документов.

Важно - на временный счет можно положить любые суммы, но распоряжаться ими, то есть перечислять в уплату каких-либо товаров, услуг не допускается. После завершения регистрации и постановки на учет организации банк закроет временный счет, и, удостоверившись в наличии всех регистрационных документов, а также нотариально заверенных образцов подписей должностных лиц организации (руководителя и главного бухгалтера) откроет расчетный счет, на который переведет с временного счета вклады учредителей и ранее внесенные денежные средства. Порядок открытия расчетного счета установлен Инструкцией от 14.09.06 №28-И Центробанка России «Об открытии и закрытии банковских счетов, счетов по вкладам (депозитов)»

6. Зарегистрировавшись я в качестве индивидуального предпринимателя (ИП), при осуществлении предпринимательской деятельности гражданин выступает от своего имени, как физическое лицо. Если же учреждена организация - юридическое лицо, то должны быть назначены руководитель и главный бухгалтер, которые будут подписывать все финансовые и нормативно-распорядительные документы.

7. Индивидуальный предприниматель, в отличие от физического лица - учредителя организации (учредители несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества), несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом (за исключением имущества, указанного в статье 446 Гражданского процессуального кодекса РФ).

8. Учет организаций или индивидуальных предпринимателей в качестве страхователей в государственных внебюджетных фондах осуществляется без их участия на основании сведений о государственной регистрации, которые регистрирующие (налоговые) органы сообщают в государственные внебюджетные фонды в соответствии с Федеральным Законом от 08.08.2001 №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

9. С момента государственной регистрации гражданин становится налогоплательщиком с возникновением обязанностей, предусмотренных статьей 23 Налогового кодекса РФ, в том числе по представлению в налоговый орган налоговых деклараций (расчетов) по каждому налогу (сбору), плательщиком которого признаны, независимо от факта осуществления предпринимательской деятельности (подпункт 4 пункта 1 статьи 23 Налогового кодекса РФ).

Ответственность за непредставление налоговой декларации предусмотрена статьей 119 Налогового кодекса РФ.

Если организация была создана после начала календарного года, то первым налоговым периодом для нее является период времени со дня ее создания до конца данного года.

Если организация создана в период времени с 1 декабря по 31 декабря, первым налоговым периодом для нее является период времени со дня создания до конца календарного года, следующего за годом создания (пункт 2 статьи 55 Налогового кодекса РФ).

Однако в отношении тех налогов, по которым налоговый период устанавливается как календарный месяц или квартал первый налоговый период не удлиняется (пункт 4 статьи 55 Налогового кодекса РФ).

10. С момента государственной регистрации организации у нее появляется обязанность по представлению в налоговый орган по месту своего налогового учета бухгалтерской отчетности в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом «О бухгалтерском учете». Бухгалтерская отчетность представляется организациями независимо от факта осуществления предпринимательской деятельности. Организации, перешедшие на упрощенную систему налогообложения, освобождаются от обязанности по представлению в налоговый орган бухгалтерской отчетности (подпункт 5 пункта 1 статьи 23 Налогового кодекса РФ, пункт 3 статьи 4 Федерального закона «О бухгалтерском учете»).

Индивидуальные предприниматели ведут учет в порядке, определяемом Минфином России в Книге учета доходов и расходов (пункт 2 статьи 54 Налогового кодекса РФ, пункт 2 статьи 4 Федерального закона «О бухгалтерском учете»).

Вывод

Изучите краткие сведения из теории.

Составьте пошаговую инструкцию для самостоятельной регистрации предпринимательской деятельности.

Оформленный отчет сдайте преподавателю.

Пошаговая инструкция для самостоятельной регистрации предпринимательской деятельности

Шаг 1:

Заполняем заявление на регистрацию ИП по новой форме Р21001 «Заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя» и прошиваем его.

Шаг 2:

Если подавать документы в рег. орган планируем не лично, то возникает следующий шаг. Берем свой паспорт, заполненное и прошитое заявление о регистрации и идем к нотариусу. Он удостоверяет Вашу личность и заверяет на заявлении Вашу подпись. Если при подаче документов на регистрацию в налоговую инспекцию Вы приходите лично, нотариальной копии паспорта делать не нужно, если на подачу будет отправлено другое лицо по доверенности, то подготовьте нотариальную копию паспорта.

Шаг 3:

Оплата государственной пошлины. Размер пошлины за регистрацию физического лица в качестве ИП на сегодняшний день составляет 800 рублей, и оплатить ее можно в любом отделении Сбербанка. Реквизиты ИФНС 46 (если вы регистрируетесь в Москве) или реквизиты МИФНС 15 (если в Санкт-Петербурге) можно найти по названным ссылкам на сайте RegHelp. Квитанция об уплаченной госпошлине входит в пакет документов на регистрацию ИП.

Шаг 4:

Формируем пакет документов и отправляемся в налоговую инспекцию. Инспектор принимает у вас документы, а взамен выдает расписку, которая прилагается к заявлению и где содержится дата вашего визита для получения Свидетельства о Регистрации. Давайте проверим, все ли документы вы подготовили. Итак, что должно быть в пакете документов на регистрацию ИП в 2014 году:

- Заявление о государственной регистрации ИП (в 1 экземпляре). Лист Б формы Р21001 должны заполнить в налоговой и вам отдать;
- Копия ИНН;
- Копия паспорта с пропиской на одном листе (при оформлении документов в разных регионах правила могут отличаться, так, например, в ИФНС 46 при регистрации в Москве, требуется прошитая копия всех страниц паспорта и с наклейкой «прошито, пронумеровано»);
- Квитанция об оплате госпошлины (оплаченная);
- Для иностранных граждан: копия разрешения на временное проживание или вида на жительство.

Налогообложение ИП:

Проанализируйте заранее, какая система налогообложения ИП для вас наиболее привлекательна: патентная, УСН или ОСН. И, если, например, вы остановитесь на УСН (или патентной системе) - не забудьте подать соответствующее заявление о переходе на УСН (или на ПСН) в комплекте со всеми документами!

ШАГ 5:

Явиться для получения документов в налоговую нужно будет через 5 рабочих дней. Документы также можно получить по почте, в этом случае они приходят на адрес Вашей прописки, который Вы указываете при заполнении документов.

Что вы должны обнаружить в пакете документов в случае успешного завершения процедуры самостоятельной регистрации ИП:

- Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРНИП);

- Выписка из ЕГРИП - Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей;
- Уведомление о постановке на учет физического лица в налоговом органе Форма 2-3-Учет;
- Уведомление о регистрации физического лица в территориальном органе Пенсионного фонда РФ по месту жительства;
- Уведомление о присвоении кодов статистики из Росстата (если не выдали - для вас следующий шаг инструкции).

Шаг 6:

После получения Свидетельства о государственной регистрации, необходимо получить информационное письмо из Федеральной службы государственной статистики (раньше попросту Госкомстат). Подробно о процедуре получения кодов ОКВЭД можно узнать [здесь](#).

Пенсионный фонд и Фонд социального страхования регистрируют Вас без Вашего участия, письма об этом приходят на Ваш адрес регистрации. Если Вы применяете упрощенную систему налогообложения, налогооблагаемая база уменьшается на величину взносов в ПФР, независимо от объекта налогообложения (будь то доходы или доходы, уменьшенные на величину расходов).

Шаг 7:

Открытие расчетного счета для ИП - отдельный этап для предпринимателя, и он может быть осуществлен, во-первых, в необязательном порядке, а во-вторых, только после получения на руки документов о регистрации субъекта предпринимательской деятельности.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ №5,6

Тема: Разработка бизнес-проекта. Разработка маркетинга бизнес-проекта

Цель: проверка качества усвоения теоретического материала и степень овладения навыками по разработке бизнес-проекта и его раздела - маркетинг

Продолжительность занятия: 4 час.

Краткие сведения из теории

Маркетинговый план является очень важным разделом. Для его написания, команде, создающей проект, необходимо провести маркетинговые исследования, результаты которых и должны быть представлены в данном пункте. Прежде чем начинать исследование, не обходимо определить его задачи.

В большинстве случаев маркетинг осуществляется со следующими целями:

1. Анализ потребностей потенциальных клиентов и возможного спроса с учетом стоимости услуг и платежеспособности потребителя. Анализ рынка, на котором будет работать организация или предприятие, условий, необходимых для продвижения проекта. Использование полученных данных для создания эффективной производственной или организационной программы.
2. Анализ рисков и положительных условий, которые могут привести к росту или напротив, падению спроса на изготавливаемую продукцию или предоставляемые услуги;
3. Определение уровня качества продукции или услуг, оценка их в контексте реальной конкуренции, поиск способов, способных улучшить показатели;
4. Идентификация и пути использования конкретных систем сбыта и способов увеличения спроса: определение ценовой политики и стратегии продвижения товара или услуги;
5. Определение эффективности маркетинговой стратегии в целом и оценка возможности осуществления вышеперечисленных задач.

Главной же задачей любого маркетингового исследования является определения существующего спроса на продукцию или услуги, и получение нужной информации для формирования планов производства и сбыта. Так, в процессе проведенной работы должна быть идентифицирована целевая группа или группы, потребность которых в вашей услуге или товаре будет неудовлетворенной, что обеспечит вашему проекту спрос, а значит, и финансовую стабильность.

Как правило, маркетинговый план проводится в несколько общих этапов:

1. Исследование рынка
2. Определение стратегии
3. Анализ конкуренции
4. Ценовая политика
5. Факторы влияющие на ценовую стратегию
6. Маркетинговая стратегия

Теперь по каждому шагу поподробнее.

Содержание маркетингового плана

Исследование рынка

Исследуется рынок и производимый товар или предоставляемая услуга, определяются следующие характеристики:

- Сегменты рынка;
- Нужды потребителей;
- Пути продукции к клиенту;
- Уровень конкурентоспособности товара или услуги;
- Жизненный цикл продукции;
- Способы улучшения качества товара;

- Правовая база производства;
- Возможность копирования схемы производства или оказания услуг конкурентами.

Определение ключевой стратегии

Существует множество маркетинговых стратегий, и задача руководителя проекта заключается в том, чтобы выбрать наиболее подходящую из них. Наиболее эффективными стратегиями являются:

- Минимизации расходов - позволяет установить самые низкие цены на рынке, что автоматически обеспечивает спрос на старте бизнеса;
- Дифференцирования - когда товар или услуга отличается от всех существующих предложений, что выгодно выделяет бизнес на фоне конкурентов;
- Ориентации на конкретный сегмент - учитывает все возможные факторы (социальные, демографические и т.д.), определяет целевую аудиторию с возможностью ее дальнейшего увеличения.

Анализ конкурентной среды

- Идентификация главных конкурентов и лидеров конкретного рынка, сбор данных обо всех подобных предприятиях, их структуре, финансовом состоянии, штате, объема сбыта, основных преимуществ и недостатков их бизнес-модели;
- Проведение сравнительного анализа товаров или услуг конкурентов и вашей фирмы для выявления основных факторов, влияющих на качество, цену, обслуживание и сбыт.

Кроме того, необходимо выявить возможность выхода главных конкурентов на рынок сбыта вашего предприятия, препятствия для этого, а также сложность копирования вашей продукции. Информацию можно изложить в таблице.

Ценовая политика

Является важнейшим фактором, определяющим успешность предприятия.

Выделяют несколько главных ценовых стратегий:

- Высокие цены и лучшее качество – данный вариант актуален, если на продукцию есть спрос и предприятие способно производить товар нужного качества;
- Низкая цена и низкое качество – позволяет удовлетворить спрос широчайших социальных групп и реализовывать большие объемы товара;
- Высокая цена и низкое качество – вариант, который может стать выгодным только для монополистов;
- Низкая цена и высокое качество – распродажи, специальные акции, захват позиций на рынке.

Выбор одной из вышеперечисленных стратегий не означает, что компания должна следовать ей постоянно. Стратегия может меняться в зависимости от ситуации на рынке, необходимости развития и экспансии и т.д.

Определение факторов, способных повлиять на ценовую политику организации

- Какие системы скидок и льгот можно внедрить для оптовых покупателей и постоянных клиентов?
- Сколько времени потребуется на прохождение стандартного цикла, начинающегося с производства до покупки продукции?
- Каким образом клиент будет оплачивать товар или услугу?
- Как уберечься от задолженностей и стимулировать потребителя платить вовремя (скидки за осуществление предоплаты, штрафы за просрочку платежей)?
- Какие системы акций, скидок, специальных предложений можно создать для постоянных клиентов, закупающих товар на большие суммы?

Определение маркетинговой стратегии.

Чтобы написать данный пункт, вам необходимо ответить на следующий вопрос: «При помощи каких средств будет обеспечиваться продвижение организации, ее услуг или товаров?» Это могут быть СМИ: телевиденье, радио, газеты, или же реклама в режиме онлайн: рассылки по почте, реклама в поисковиках, социальных сетях и т.д.

Выбор одного из вышперечисленных способов рекламы будет зависеть от многих факторов: ваших финансовых возможностей, эффективности использования тех или иных ресурсов, географии рынка.

Кроме того, вам также нужно упомянуть следующее:

- В какую сумму обойдутся выбранные рекламные ходы;
- Как вы планируете привлекать и удерживать покупателей при помощи дополнительных скидок, дисконта, акций, специальных цен;
- В чем заключается ваше конкурентное преимущество;
- Недостатки вашей маркетинговой системы и системы сбыта.

Таким образом, в этом разделе бизнес-плана вам нужно детально обосновать целесообразность вашего предложения, показать, что ваша продукция будет или уже является востребованной, а также, что вы знаете, как именно нужно продвигать товары или услуги.

Пример маркетингового плана в бизнес-плане магазина одежды

Планируется, что одежда, изготавливаемая на фабрике «Beautiful Clothes», будет реализовываться в фирменных магазинах сети. Продаваться будут сезонные коллекции для взрослых, следовательно, целевой аудиторией является одна из самых больших групп населения - мужчины и женщины от 16 до 50 лет. Реализуемый товар является конкурентоспособным, так как все линии одежды шьются из отечественных материалов, приобретаемых у оптовых поставщиков, что позволяет снизить цену, но соблюсти высокие стандарты качества. Еще одним преимуществом данного проекта является невозможность использования данной схемы конкурентами, так как магазины «Beautiful Clothes» будут реализовывать продукцию собственного, налаженного производства.

Ключевой стратегией является минимизация расходов. В «Beautiful clothes» будет реализовываться одежда, сшитая из отечественных материалов на собственном производстве, расходы на транспортировку также минимальны. Это позволит установить низкие цены, что, в свою очередь, автоматически расширит целевую аудиторию.

Главными конкурентами магазина в г. Воронежа являются магазины «Brands», «Одежка» и «FiCo». Их основными преимуществами являются наличие раскрученных брендов, однако в их концепции есть и недостатки. Так, «Brands» и «FiCo» реализуют одежду хорошего качества по столь же высоким ценам. «Одежка», в свою очередь, реализует дешевую одежду с низким же качеством. «Beautiful clothes» сможет дать потребителям возможность покупать качественные вещи по разумным ценам, что дает ей очевидное преимущество перед вышперечисленными конкурентами.

Планируется также создание системы дисконтных скидок, проведение сезонных акций, а также реализация одежды прошлых коллекций по сниженным ценам. Оптовых закупок не предусмотрено.

Для продвижения магазина будет использоваться:

- Реклама в социальных сетях: Инстаграме, группах Воронежа в ВКонтакте;
- Реклама в местных СМИ: газетах и телеканалах;
- Раздача флаеров;
- Размещение рекламных баннеров.

Рекламные мероприятия и акции будут обходиться компании в XXX рублей ежемесячно. XXX рублей потребуются на организацию праздничного открытия магазина.

Вывод.

Изучите краткие сведения из теории.

По выбранной вами бизнес-идее составьте маркетинговый план.

Оформленный отчет сдайте преподавателю.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №7

Тема: Разработка финансового плана бизнес-проекта

Цель: проверка качества усвоения теоретического материала и степень овладения навыками по разработке финансового плана бизнес-проекта

Продолжительность занятия: 2 час.

Краткие сведения из теории

Финансовый план - это важнейший элемент бизнес-плана, который складывается как для обоснования конкретных инвестиционных проектов, так и для управления текущей и стратегической финансовой деятельностью.

Главной целью финансового плана является обобщение в стоимостной форме результатов разработки всех предыдущих разделов бизнес-плана и обоснования целесообразности реализации предлагаемого бизнес-проекта. Экономические расчеты, содержащиеся в финансовом плане, дают исчерпывающий ответ на такие вопросы потенциальных инвесторов и кредиторов:

- 1) какая сумма имеющихся собственных и необходимых заемных средств;
- 2) откуда предприятие будет получать средства и на что последние будут потрачены;
- 3) каким будет финансовое состояние компании в конце каждого прогнозируемого периода;
- 4) способен предприниматель надлежащим распорядиться полученными средствами и выполнить вовремя все взятые на себя обязательства.

Особенности разработки финансового плана заключается:

- а) в наличии конкретного перечня финансовых документов стандартной формы с единой методикой расчетов соответствующих показателей;
- б) в наличии финансовых планов, которые составлены с перспективой на три года с выделением ежемесячных показателей за первый год и квартальных за следующие два года;
- в) в недопущении разногласий с другими разделами бизнес-плана;
- г) в целесообразности проработки нескольких сценариев развития событий с учетом консервативных предположений и полного экономического потенциала бизнеса;
- д) в достоверной информации и текущих финансовых расчетов, а также объяснения отклонения финансовых показателей от среднеотраслевых в соответствующей сфере бизнеса.

Как правило, финансовый план любого бизнес-плана содержит три подразделения: первый - план доходов и расходов (план прибылей и убытков); второй - план денежных поступлений и выплат (план движения наличности); третий - плановый баланс. На основании последнего рассчитывают ожидаемые финансовые коэффициенты, которые позволяют предсказать будущее финансовое состояние компании, начинает или развивает новый бизнес. Вместе с этим, в финансовом плане надо привести все предположения, на которых основываются экономические расчеты.

В процессе разработки подразделения финансового плана «План доходов и расходов» особое внимание надо уделять прогнозированию будущих объемов продаж товаров с помесечным распределением для первого года и поквартальной - для второго и третьего годов начала новой бизнес-деятельности. Будущий объем продаж, который определен в маркетинг-плане бизнес-проекта, прогнозируется отдельно для каждого изделия и для всей совокупности таких, на основе цены реализации за единицу и количества проданных товаров в физических единицах. При этом необходимо давать четкое объяснение предположений, обосновывающих прогнозируемые объемы продаж продукции.

В разделе финансового плана должны быть осуществлены анализ и расчет точки безубыточности производства и реализации продукции будущего бизнеса, что является обязательным требованием потенциальных инвесторов и кредиторов. Расчет точки

безубыточности осуществляется установлением отношения операционных (условно-постоянных) расходов к цене реализации единицы продукции, за вычетом из нее переменных затрат на единицу той самой продукции.

Вторым обязательным подразделением финансового плана является план денежных поступлений и выплат, который позволяет:

- а) определить период деятельности, когда компания будет испытывать недостаток или избыток наличности;
- б) рассчитать, сколько средств нужно занять на этот период;
- в) показать, на что конкретно заемные средства будут потрачены;
- г) выяснить срок возврата заемных средств.

Главной задачей составления этого раздела финансового плана является согласование во времени денежных поступлений и выплат для обеспечения необходимой стабильности функционирования и ликвидности компании, то есть постоянной на ее счету наличности, достаточной для расчетов по обязательствам.

План денежных поступлений и выплат формируется в определенной последовательности:

- 1) определяются наличные средства предприятия на начало месяца (первый год деятельности) или квартала (второй и третий годы деятельности);
- 2) вычисляются все предполагаемые денежные поступления (выручка от продаж, поступления на счета за продажу в кредит, займы, другие поступления) в те же промежутки времени;
- 3) рассчитываются обязательные платежи (покупка товаров (полуфабрикатов), заработная плата, сборы и налоги на зарплату, рентные платежи, коммунальные услуги, рекламные расходы, страховые платежи, приобретение машин и оборудования, выплата долга и процентов за кредит и т.п.);
- 4) определяется чистый поток наличности как разница между общими суммами денежных поступлений и обязательных платежей;
- 5) рассчитывается сумма наличных средств на конец соответствующего периода добавлением или вычитанием к (от) наличных денежных средств на начало определенного времени в соответствии положительного или отрицательного остатка наличности.

Уровень будущего финансового состояния компании можно спрогнозировать, одновременно анализируя все ранее разработанные составляющие финансового плана на основе расчетов и сравнения с нормативными значениями ожидаемых финансовых коэффициентов. Как правило, рассчитывают и анализируют три группы финансовых коэффициентов. К первой группе относятся коэффициенты ликвидности (чистый оборотный капитал, коэффициенты текущей и срочной ликвидности). Вторая группа охватывает коэффициенты платежеспособности - коэффициент задолженности, коэффициент соотношения заемных и собственных средств. Третью группу составляют коэффициенты рентабельности: коэффициенты доходности по операционным и чистой прибыли; окупаемость инвестиций, рентабельность активов, рентабельность оборотного капитала, рентабельность собственного капитала по чистой прибыли и тому подобное.

Андрей и Никита, выпускники экономического университета, решили основать собственный бизнес по производству ламината для покрытия полов в жилых и офисных помещениях. По результатам их маркетинговых исследований было установлено, что средняя розничная цена за один квадратный метр ламината в ближайшие три года будет следующей: I год - 700 руб., II год - 750 руб., III год - 800 руб..

В первом месяце запланировано осуществить продажи объемом 1500 м². Планируется увеличивать объемы продаж ежемесячно на 1000 м².

Материальные затраты составляют 70% от реализационной цены.

Коммунальные услуги составляют 4700 тыс. руб., / год.

Прямые затраты труда составляют 27000 тыс. руб., в год, а расходы на

Зарплату другого персонала - 3200 тыс. руб., ежемесячно. Начисления на заработную плату - 39%. Стоимость специализированного оборудования для производства ламината

составляет 18000 тыс. руб. Расходы на транспортировку и монтаж - 2500 тыс. руб. Срок эксплуатации - 7 лет, а ликвидационная стоимость - 1400 тыс. руб. Затраты в первом месяце складываются 780 тыс. руб., и растут ежемесячно в среднем на 30 тыс. руб.

Для получения средств на закупку оборудования планируется взять кредит на один год в размере 23000 тыс. руб., под 24% годовых.

Учитывая исходные данные для производства ламината, составьте:

- 1) прогнозный объем продаж ламината за три года (результаты занесите в табл.);
- 2) план доходов и расходов в первом году (результаты занесите в табл.);
- 3) план денежных поступлений и выплат в первом году (результаты занесите в табл.);
- 4). Сделайте выводы по полученным результатам.

Контрольные вопросы

Сущность, задачи и технологии разработки финансового плана

Составляющие элементы финансового плана бизнеса

Особенности процесса прироста активов предприятия

Возврат заемных средств

Ключевые аспекты затрат, связанных с внесением обязательных платежей в бюджет и государственные целевые фонды

Основные финансовые показатели для определения эффективности реализации бизнес-плана

Источники формирования и поступления средств

Последовательность и содержание процедуры составления плана доходов и расходов

План денежных поступлений и выплат;

Вывод.

Изучите краткие сведения из теории.

Решите ситуационную задачу.

Оформленный отчет сдайте преподавателю.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №8

Тема: Презентация бизнес-проекта

Цель: проверка качества усвоения теоретического материала и степень овладения навыками по разработке презентации бизнес-проекта

Продолжительность занятия: 2 часа.

Краткие сведения из теории

Для поддержки бизнес-проекта заинтересованными лицами важно компетентно составить его презентацию. **Привлечение инвесторов является гарантией дальнейшего развития предпринимательской идеи в оперативном режиме.** Для реализации мероприятия важно обосновать свою концепцию и суметь убедить слушателей в прибыльности своего замысла. Презентации оформляются при помощи специального программного обеспечения. **Обычно используется программа для ее подготовки и просмотра Power Point.** Она является составляющим элементом пакета Microsoft Office и доступна для всех версий операционных систем Microsoft Windows и Mac OS. Возможно оформление материала при помощи других платных и бесплатных графических софтов, отличающихся применяемым функционалом.

Эффектно отображение слайдов, в которых описывается проект с учетом отдельных его областей, целей и конечных результатов. Положительное впечатление может произвести упоминание о показателях производительности, факторах успеха, а также сведений об управлении рисками при обеспечении всего цикла производственного процесса.

Проект должен быть информативен и запоминаем. **Такой эффект достигается за счет грамотного сочетания текстовой части и визуального оформления.** Дизайн не должен отвлекать инвесторов от основного содержания документа.

БИЗНЕС-ПЛАН (англ. – Business plan) представляет собой документ, который комплексно, системно описывает все основные аспекты будущей коммерческой деятельности предприятия, анализирует все проблемы, с которыми она может столкнуться, определяет способы решения этих проблем.



Что такое бизнес-план

Презентация бизнес-проекта является идеальным сочетанием различных элементов, имеющих текстовый, графический и художественный характер. Параметры в целом должны формировать единую информационную систему. Слайдовая подача информации должна отличаться содержательностью, а также логичностью и краткостью. Демонстрируя наглядный материал, следует соблюдать умеренность. Уже просмотренные картинки нужно убирать с экрана.

Цель

Целью презентационной деятельности является убеждение аудитории в успешной реализации задуманной идеи и в привлечении в проект лиц, готовых в него инвестировать

ценности для обеспечения его развития и получения прибыли. За небольшой временной промежуток владельцу бизнеса необходимо:

- заявить о своей компании и представить ее с выгодной точки зрения;
- убедить аудиторию об успешности и перспективности своего проекта;
- завязать диалог с инвесторами;
- создать перспективы долгосрочного сотрудничества.

Структура продукта

Презентационный продукт следует наполнить информационным содержанием такого объема, чтобы оратор сумел его раскрыть перед слушателями за 20 минут.

Меньшее время будет идентифицировано как несерьезное отношение к своему делу и непродуманность отдельных его элементов. Большее время будет утомлять потенциальных инвесторов, в результате чего они могут утратить смысл своего нахождения на мероприятии.



Проанализировав любой пример презентации бизнес-плана, можно сделать выводы о применении стандартной структуры презентации, состоящей из отдельных элементов:

- описание компании, а также ее продукции или услуг;
- рынок клиентов и конкурентов;
- применяемая политика в сфере маркетинга;
- актуальные финансовые задачи, поставленные перед руководителем ячейки бизнеса в соответствии с параметрами очередности;
- информация о команде представителей бизнеса, которая будет заниматься реализацией предпринимательских идей;
- необходимость материальных вложений, их величина и цели применения;
- условия использования инвестиций и порядок их возврата.

Что может заинтересовать инвесторов

Для принятия решения о сотрудничестве, слушателям необходимо предоставить образцы продукции, фотографии оказанных услуг, а также красочные рекламные буклеты, раскрывающие сущность предпринимательской деятельности и ее рекламу. Для зарубежных партнеров, следует заранее подготовить проспекты с информацией о преимуществах и перспективах сотрудничества на английском или на их родном языке.

От чего зависит успешность решения

Успех презентации зависит от выбора способа преподнесения инвесторам идеи, от его оформления и от умения ведения деловых переговоров. Докладчик должен суметь убедить аудиторию в правильности и перспективности своего решения. Немаловажное значение на результат операции оказывает ее реализация в обстановке взаимного доверия

и открытости во взаимодействии с инвесторами на всех этапах. Не следует скрывать информацию параметров презентуемого субъекта, характеризующих экономическую эффективность бизнеса.

Прежде чем составлять текстовую часть проекта, следует выяснить приоритеты оппонентов, чтобы иметь представление об их интересах и предпочтениях. Общение с ними должно быть ненавязчиво, однако в нем необходимо присутствие ноток единства моральных ценностей и духовной близости. Владея информацией о мировоззрении инвестора несложно выделить в своем проекте аспекты, подчеркивающие общие интересы. *Основными составляющими удачного выступления является уверенность в своем предложении, подчеркнутая четкостью формулировок, легкостью преподнесения материала, а также лаконичностью и живостью речи.*

Презентация бизнес идеи направлена не на прошение помощи, а на предложение сотрудничества с целью участия в интересном и прибыльном проекте. Главной задачей мероприятия является вступление в диалог с инвесторами и пробуждение заинтересованности к делу.

Для реализации предпринимательской идеи с помощью привлечения инвесторов не помешают знания в области психологии и риторики. Правильное построение фраз, определенный тембр голоса и его тон, могут оказать решающее влияние на дальнейшее ведение бизнеса. На исход переговоров может повлиять любая мелочь, поэтому важно быть вежливым и внешне спокойным, а также уважать чужую точку зрения и уметь отстаивать собственное мнение.

Критерии оценки инвестора

Инвестора необходимо заинтересовать

При выборе инвестиционного проекта оцениваются условия, при которых проект будет наиболее эффективен при допустимой степени риска.

- Принцип доходности
Инвестиции должны работать и приносить реальную прибыль
- Принцип минимизации рисков
Инвестору важно знать происхождение и обоснование финансовых показателей в проекте, их реальность.

Заранее ознакомившись с предпочтением и мировоззрением инвесторов, проще предусмотреть их возможные вопросы и заранее найти на них компетентные ответы. Для этого рекомендуется смотреть на свой проект глазами инвесторов, объективно оценивая ситуацию, исключив при этом те элементы, которые могут вызвать у них неприязнь.

На что нужно обратить, составляя презентацию

Презентация бизнес-плана - это краткосрочное мероприятие, в ходе которого необходимо достичь поставленных целей для обеспечения оперативного развития бизнеса.

Не стоит делать длительных вступлений, которые наверняка расслабят аудиторию и отвлекут ее внимание от основной задачи. Начав презентацию, следует сразу представлять свой проект. Нужно акцентировать вопросы и ответы на них:

- сфера занятий субъекта предпринимательства;
- характеристика результатов труда с учетом параметров популярности и востребованности;
- причина поиска инвестора;
- выгода, которую можно получить в результате сотрудничества.

Чтобы заинтересовать аудиторию, следует кратко рассказать о собственных достижениях, которые могли бы заинтересовать слушателей. Для понимания мировоззрения зрителей и их предпочтений, рекомендуется воспользоваться таким психологическим приемом, как рассказ небольшой истории-теста, который поможет оратору оценить реакцию слушателей с целью корректировки дальнейшего изложения презентации.

Предоставляя информацию, оратор должен быть подготовленным, уверенным в своих действиях, но при этом осторожен. Излишняя самоуверенность может стать причиной неуспешной презентации. Представитель новой бизнес ячейки должен отобразить страстное желание реализовать свою предпринимательскую идею. Важно показать понимание методов, при помощи которых будет достигнута цель.



Типичные ошибки при создании презентации.

- «слайдоменты»
- бессмысленные «украшательства»
- бессмысленный фон
- бессмысленная анимация
- отсутствие единообразия и жесткого макета
- информационная избыточность слайдов
- необязательные слайды
- представлен только один текст
- списки в презентации
- боязнь пустого пространства

Ошибки при создании презентации

Готовый продукт должен отличаться простотой. **Сложность изложения является признаком тревоги у инвесторов.** Оратору следует сфокусироваться на сути проекта, исключив из нее многоуровневые понятия. Стоит отметить, что такие решения могут навредить проекту и при самостоятельном решении поставленных задач.

На все вопросы потенциальных инвесторов, предприниматель должен дать компетентные ответы. При их возникновении, рекомендуется прервать свое выступление, внимательно выслушать вопрос и убедиться в правильном его понимании. Ответ должен отличаться ясностью и честностью. В нем должна содержаться сущность, о которой хочет получить информацию инвестор. В ситуациях, когда возникают сложности с ответом на поставленный вопрос, допускается ответ в стиле «вернемся к этому вопросу позже» или «в настоящее время я не готов ответить на этот вопрос».

Когда презентация обречена на провал

Причины неудачных презентаций бизнеса могут быть связаны с некомпетентным оформлением или представлением мероприятия, а также с его организацией. Опоздание и несвоевременное начало операции наверняка негативно настроит инвесторов на презентуемый проект, поскольку считается, что у успешного человека все запланировано и предусмотрено.

На демонстрационных материалах должна быть отображена только актуальная информация, поскольку факт недостоверности будет выявлен при первых же вопросах слушателей.

При проведении мероприятия важно создать позитивную атмосферу. Словесные перебранки наверняка будут причиной отказа в сотрудничестве, потому что при таких

инцидентах предприниматель всегда остается в проигрыше, поскольку именно ему нужно выглядеть респектабельно и коммуникабельно.

ОШИБКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- чтение по бумажке
- тихая скучная речь
- «закрытые» позы
- много текста, буллитов



Ошибки при представлении презентации

Будьте очень внимательны! При проведении мероприятия не стоит допускать следующие ошибки:

- превышение регламентируемого времени презентации;
- монотонного выступления по шаблону без использования жестов и выражения эмоций;
- излишнюю эмоциональность, отпугивающую слушателей;
- неграмотную речь;
- суетливость;
- неуверенность оратора;
- перенасыщение презентации текстовым или наглядным материалом;
- скудность иллюстрированных элементов;
- пренебрежение деловым стилем общения;
- предоставления информации только со своей точки зрения;
- отсутствие информированности о маркетинговых и аналитических способностях исполнителей;
- закрытость информации по проекту.

Презентация + финансовая модель - как замена бизнес-плана.

Иногда для того, чтобы убедить инвесторов, бывает вполне достаточно *подготовить презентацию вместо бизнес-плана*. А чтобы презентация имела твердую основу - сначала провести все расчеты и включить их в нее.

Вывод.

Изучите краткие сведения из теории

Презентовать бизнес-проект с использованием программы Power Point

Оформленный отчет сдайте преподавателю.