

**Ж.Ө. Өмірәлі**

**М.А. Садықов**

**Б.К. Умбеталиева**

# **УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ**

под редакцией д.ю.н., профессора Өмірәлі Жалаири

**Алматы, 2025**

Управление бизнесом // Учебное пособие / Коллектив авторов: Өмірәлі Жәзира Өмірәліқызы, Садыков Мурат Абдыкасович, Умбеталиева Бакыт Кыдырбаевна. Под редакцией д.ю.н., профессора Ө. Ш. Жалаири. – Алматы, Изд.: Университет Кунаева. -2025, 208с.

**УТВЕРЖДЕНО**

Рассмотрено  
методическим Советом.  
протокол № ....  
от «....» .....2025г.

**ОДОБРЕНО**

Рассматрено и одобрено на  
заседании ученого Совета.  
протокол №..  
от «.....».....2025г.

**Рецензенты:**

1. д.э.н., профессор УМБ имени К. Сагадалиева Мухаммедов А.У.;
2. доктор ДВА Алиев А.Ш.

Курс «Управление бизнесом» рассчитан для студентов, магистрантов, докторантов обучающихся в Университете Кунаева. В процессе изучения следует принимать во внимание все составные части юридической и экономической науки, нормативные акты и положения Правительства Республики Казахстан по стимулированию развития предпринимательства в стране, а также негативные процессы, происходящие в сфере бизнеса. Программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями образовательно-квалификационной характеристики Министерства науки и высшего образования РК с учетом места дисциплины в учебном плане. Целью изучения дисциплины является понимание сущности бизнеса как процесса создания материальных и духовных благ для народа.

© Университет Кунаева,  
Жэзира Өмірәлі, Мурат Садыков,  
Бакыт Умбеталиева.

УДК 65

ISBN

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Предисловие</b> .....	5
<b>Раздел 1. Учебно-методическое обоснование дисциплины.</b>	
<b>Тема 1. Сущность и система бизнеса.</b>	
1.1. Сущность, цель и виды бизнеса.....	8
1.2. Бизнес как система.....	15
1.3. Инфраструктура бизнеса.....	20
<b>Тема 2. Принципы и формы организации бизнеса.</b>	
2.1. Организационные основы предпринимательства .....	21
2.2. Принципы организации предпринимательства.....	23
2.3. Формы предпринимательской деятельности.....	24
2.4. Основные факторы развития бизнеса.....	25
<b>Тема 3. Формирование стратегии бизнеса.</b>	
3.1. Бизнес – идеи и виды деятельности. Методика выбора и создание новых организационных форм бизнеса.....	28
3.2. Планирование деятельности бизнес – фирм (экономическое обоснование деятельности фирм).....	31
3.3. Учредительные документы и государственная регистрация .....	37
3.4. Уставный фонд и его формирование.....	39
3.5. Организационно-правовые формы хозяйствования в современных условиях.....	39
<b>Тема 4. Организация управления бизнесом.</b>	
4.1. Сущность: субъект и объект, этапы развития науки управления.....	45
4.2. Цель и задачи системы управления.....	47
4.3. Принципы построения структуры управления.....	48
<b>Тема 5. Концепция модели бизнеса.</b>	
5.1. Производственная деятельность .....	59
5.2. Создание материальных благ и прибыли.....	65
5.3. Источники финансирования бизнеса.....	69
5.4. Планирование финансов ... ..	73
5.5. Определение уровня безубыточности .....	74
<b>Тема 6. Концепция модели бизнеса.</b>	
6.1. Концепция, миссия и модель развития бизнеса.....	83
6.2. Источники финансирования развития бизнеса и обоснование инвестиционных обязательств.....	84
6.3. Составляющие для принятия инвестиционных решений.....	86
6.4. Санация и реструктуризация.....	87

<b>Тема 7. Управление рекламной деятельностью.</b>	
7.1. Организация рекламной деятельности.....	88
7.2. Виды рекламной деятельности.....	90
7.3. Управление рекламной деятельностью компании.....	92
7.4. Правила рекламы.....	95
7.5. Способы оценки эффективности рекламы.....	97

<b>Тема 8. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.</b>	
8.1. Показатели эффективности предпринимательской деятельности.....	100
8.2. Методика определения общих показателей экономической эффективности малого и среднего бизнеса.....	103

<b>Тема 9. Государственное регулирование бизнеса.</b>	
9.1. Необходимость государственного регулирования бизнеса: механизм, методы и формы государственного регулирования бизнеса .....	106
9.2. Государственная поддержка развития бизнеса в Казахстане.....	108
9.3. Борьба государства с теневой экономикой в сфере бизнеса .....	109

<b>Тема 10. Защита бизнеса.</b>	
10.1. Необходимость обеспечения защиты бизнеса. Управление инвестиционными рисками.....	117
10.2. Тенденции развития теневой экономики в мировом и региональном контексте.....	119
10.3. Организация системы защиты финансово-экономической безопасности бизнеса.....	121

<b>Тема 11. Искусственный интеллект в управлении бизнес-процессами</b>	
11.1. Роль и значение искусственного интеллекта в современных условиях в жизни общества.....	131
11.2. Правовое регулирование искусственного интеллекта как инструмента оптимизации бизнес-процессов.....	136
11.3. Плюсы и минусы использования искусственного интеллекта в управлении бизнесом .....	139

<b>Раздел 2. Методические рекомендации по изучению дисциплины</b>	
Целевая установка .....	143
Планы семинарских и практических занятий.....	148
Тестовые задания.....	149
Глоссарий .....	189
Нормативно-правовая база.....	202
Список литературы.....	206

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебное пособие «Управление бизнесом» составлено в соответствии с требованиями образовательно-квалификационной характеристики образовательных программ ВУЗа для направления подготовки «Бизнес и управление». Становление цивилизованных рыночных отношений в Казахстане обуславливает более качественную подготовку специалистов для защиты Конституционных прав и свобод граждан Республики Казахстан.

Изучение данной дисциплины связана с такими дисциплинами как микро- и макроэкономика, экономика производственной сферы, основы предпринимательской деятельности, менеджмент, маркетинг, финансовый менеджмент, бухгалтерский учёт и другие.

*Целью изучения дисциплины* является понимания механизмов осуществления бизнеса и предпринимательства как процесс создания материальных и духовных благ, обеспечения расширенного воспроизводства, рентабельное ведения бизнеса, то есть получения прибыли в процессе коммерческой деятельности при строгом соблюдении действующего законодательства, а также на основе использования передовых достижений науки.

*Задачами изучения основ управления бизнесом:*

- умение оценивать рыночную ситуацию и сделать верный выбор;
- умение планировать и организовывать предпринимательскую деятельность;
- умение и обладание навыками индивидуализации и креативным мышлением со знанием механизмов в среде бизнеса и составления правовых инструментов;
- умение формировать технологическую и конкурентную стратегию бизнеса;

- определить тактику бизнеса на среднесрочный и долгосрочный период развития;

- умение рекламировать и прогнозировать развитие бизнеса с учётом конъюнктуры мировой экономики;

- предусмотреть возможности интеграции и интернационализации бизнеса в мировую экономику;

- умение обеспечить стабильность и устойчивость в развитии бизнеса;

- обеспечить кибербезопасность, с целью защиты финансовой безопасности бизнеса;

Учебное пособие состоит из следующих учебно-методических материалов:

- курс лекции по управлению бизнесом;

- контрольные вопросы для самопроверки знаний студентов;

- методические советы по изучению управления бизнесом;

- тематический план управления бизнесом;

- семинарские занятия;

- практические занятия;

- тестовые задания по темам;

- список литературы.

- глоссарий.

# РАЗДЕЛ 1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Тема 1. Сущность и система бизнеса

*Цель данного раздела – дать общие представления о бизнесе и предпринимательстве.*

*Рассматриваются основные понятия бизнеса и предпринимательства, как составные части экономической науки с учетом правовых основ организаций бизнеса. Заложить основу для понимания следующих разделов темы, дать общие представления о бизнесе, последовательность реализации бизнесе, и их взаимозависимость в целом.*

### **Основные вопросы:**

1.1. Сущность, цель и виды бизнеса.

1.2. Бизнес как система.

1.3. Инфраструктура бизнеса.

**Ключевые термины:** бизнес, бизнесмен, предпринимательство, предприниматель, венчурный бизнес, инфраструктура бизнеса, франчайзинг.

### **1.1. Сущность, цель и виды бизнеса**

Бизнес — это совокупность деловых отношений, одаренных (сообразительных, предприимчивых) людей с целью удовлетворения спроса потребителей в разнообразных товарах, услугах и получения прибыли.

Социологические исследования, проведенные в Бельгии, свидетельствуют о том, что лишь 5% от общей численности населения обладают предприимчивым духом, а 95% являются исполнителями воли руководителя предпринимателя. Ученые социологи бьют тревогу, люди серьёзно занятые бизнесом, не создают семью, и не оставляют качественного потомства. Надеется на эмигрантов не всегда оправдывает надежду, пример США, Британия, Дания, где лучшие врачи,

спортсмены: индусы, пакистанцы, в спорте мексиканцы, пуэрториканцы и другие. В последние годы, активно вливается в эти ряды выходцы из Казахстана, Узбекистана, Кыргызстан. Получив хорошее образование, опыт и материальное положение они возвращаются на историческую родину за исключением единичных случаев. Поэтому Правительству Казахстана, следует обратить внимание особенно молодежи в трудоустройстве, и учитывать эту реальную ситуацию.

Бизнесом может заниматься частные лица, в том числе молодежь достигшие 18-летнего возраста, юридические лица: предприятия или организация по производству, переработке или приобретению и продаже товаров, или оказанию услуг по обмену валют, финансовые - по приобретению товаров, услуги или деньги, ценных бумаг, а также по добычи полезных ископаемых и др. Иными словами, бизнес означает любую полезную целенаправленную деятельность: приносящее доход; моральное и материальное удовлетворение. Человек, занимающийся бизнесом, является бизнесменом.

С определением бизнеса тесно связано понятие «предпринимательство». Нередко их отождествляют и употребляют как синонимы, однако содержание этих понятий имеет существенное различие.

Для предпринимательства характерно нахождение новых, более эффективных способов использования ресурсов, гибкость, постоянное самообновление. Предприниматель - это человек поиска и реализации новых возможностей для разработки и освоения новых инновационных видов товаров, услуг, нахождения лучших способов обслуживания потребителей, новых форм привлечения инвестиционного капитала, предоставления финансовых услуг. Таким образом, предприниматель – человек «осознанно» выбравший вид деятельности в бизнесе.

Характерное определение предпринимателя, данное известным экономистом на заре 30-х годов прошлого столетия Й. Шумпетером: «Быть предпринимателем – значит делать не то, что делают другие... и не так, как делают другие».

Следовательно, предпринимательство немислимо без новаторства, творческого поиска. Этим оно отличается от обычного бизнеса, под которым понимается рутинная, однообразная деятельность с целью извлечения прибыли. Например, установка еще одной палатки по продаже напитков или других товаров является бизнесом, но здесь нет предпринимательства. Хотя довольно часто бизнес осуществляется на основе предпринимательства и предполагает предпринимательский подход к организации дела. Таким образом, понятие «бизнес» является шире, чем понятия «предпринимательство» и не только по своему содержанию, но и по составу участников, потому что он охватывает отношения между всеми участниками рыночной экономики и включает действия не только бизнесменов, но и потребителей, наемных работников, государственных структур.

Мир предпринимательства, бизнеса устроен по своим особым законам. Он полон неожиданностей, неудач и конфликтов. Достичь чего-то в этом мире может только тот, для кого предпринимательство – это сама жизнь, определенный образ жизни, мышление, способ взаимодействия с людьми, организациями, финансовыми структурами, информацией и прочими. Ни в одном университете не научат страстно желать завести свое дело, стать хозяином своей судьбы, сохранять веру в себя и свой бизнес при ошибках, промахах, конфликтах, конкурентной борьбе в случае разочарований, предательств и банкротств. Поэтому, основу организации бизнеса следует изучать тщательно по всем дисциплинам, имеющим отношение к этому предмету. Бизнесмен должен стать лидером, чтобы привлечь к себе людей, внушить им веру в успех, суметь поддержать в неудачах. Сегодня справиться с серьезным делом можно только имея команду единомышленников, людей, объединенных общей идеей, будущими возможностями.

Цель бизнеса – это те, ключевые результаты – получение прибыли, к которым стремится предприятие (бизнес структура) в своей деятельности в

течение достаточно длительного времени. Цель бизнеса в зависимости от его характера развития и состояния может быть (табл.1.1.).

Таблица 1.1. Основные признаки видов бизнеса

№	Виды бизнеса	Основные функции	Основное поле деятельности
1	Производственный	Производство продукции, товаров, работ, услуг, информации и т.д.	Производственные предприятия и организации
2	Коммерческий	Купля, продажа товаров и услуг, товарные биржи	Торговые учреждения, товарные биржи
	Финансовый	Покупка и продажа денег, ценных бумаг, предоставление кредита, инвестиции.	Банки, фондовые биржи, страховые и трастовые, инвестиционные компании
3	Венчурный	Освоение новых инновационных продуктов, методов исследования и т.д.	Научно-техническая сфера
4	Социальный	Оказания социальной помощи незащищённым слоям населения за счет бюджетных средств	Социальная сфера; медицина; коммунальная сфера; патронатная служба.

Следует отметить, что бизнесом может заниматься и мелкий собственник, и управляющий акционерным обществом, и арендатор, и рабочий. В современных условиях начать личное дело может как отдельные личности, так и группа людей (совместное предпринимательство). Организационные формы коллективного

бизнеса приведены в спецкурсах организация производства, акционерное общество, компании, корпорации и т.д.

Общим для всех является: инициатива, стремление извлечь выгоду, желание рискнуть, проверить себя. Предоставляя полную свободу личности (работнику, специалисту, руководителю), предпринимательство дает ему возможность реализовать энергию, полнее раскрыть свой творческий потенциал и на этой основе обеспечить достойные условия жизни в рыночной среде. Таким образом, система бизнеса это научное обоснованное, устойчивое во времени и пространстве полезное дело, которое разрешено и согласовано действующими законодательствами Республики Казахстана и международными нормативными актами, и положениями.

Каждый из приведенных видов бизнеса, будучи самостоятельным видом деятельности может находиться в сложных взаимоотношениях друг с другом.

*Производственный бизнес* – самый трудный бизнес в современных условиях. Поэтому большинство предпринимателей устремляются преимущественно в коммерческое, торгово-посредническое русло. Однако по мере стабилизации политической ситуации, финансово-кредитной системы в обществе, становление цивилизованных рыночных отношений в экономике (производственный бизнес) займет свое достойное место, потому что, именно он является определяющим для развития национальной экономики в страны.

В производственном бизнесе функция производства продуктов, услуг, работ является основной, определяющей, в то время как остальные, к примеру, сбыт продукции, играют вторичную роль, служат характерным для фирмы. Для производства предприниматель должен использовать его факторы: рабочую силу, капитал, производственные и оборотные фонды, материалы, информацию. Результатом производственно-предпринимательской деятельности является реализация покупателю определенного объема произведенных товаров (услуг) и получение за них денежной выручки.

*Коммерческий бизнес* характеризуется, прежде всего, тем, что определяющую роль в нем играют товарно-денежные, торгово-обменные операции, которые выражают его основное содержание. Основу составляют операции по купле-продаже, то есть перепродаже товаров и услуг. В отличие от производственного бизнеса здесь нет необходимости обеспечения производственными ресурсами, связанными с выпуском продукции. Как исходная позиция в коммерческом бизнесе необходимо определить, что покупать, что перепродавать и где.

В решении этих вопросов следует исходить из того, что центр реализации товара должен быть выше закупочного, а спрос на предлагаемый товар – достаточным для реализации его в намечаемом объеме сделки. Чтобы быть уверенным в необходимости осуществления этих условий, необходимо провести тщательное маркетинговое исследование, направленное на анализ рынка интересующих товаров и услуг. Нужно выработать прогнозную оценку конъюнктуры рынка, определить, какие товары и услуги будут пользоваться наибольшим спросом, а также какие будут цены покупки и реализации. Одним из направлений коммерческого бизнеса являются экспортно-импортные операции, в ходе которых товар закупается в одной стране, а продается — в другой.

*Финансовый бизнес* — это особый вид коммерческой деятельности, когда объектом купли продажи является достаточно специфический товар — деньги, валюта, ценные бумаги: акции, облигации, векселя и др.), т.е. происходит продажа одних денег и ценных бумаг на другие по ценам, что обеспечивает извлечение прибыли. Финансовый бизнес предполагает анализ валютного рынка, рынка ценных бумаг, проведение маркетингового исследования. Остальное связано с поиском и привлечением потенциальных покупателей и источников средств (денег) для расчета.

Финансовый бизнес относится к числу самых тонких и сложных, он, как никакой другой вид, нуждается в наличии хорошо поставленной информации в

обеспечении современной вычислительной и организационной техники. И, прежде всего, подготовленных специалистов для ведения и обслуживания бизнеса.

*Венчурный бизнес* связан в научно-технической инновационной сфере, исследованием проектированием и экспериментальным производством новой продукции или услуг. Как показывает мировой опыт, пока потребители оценят преимущества инновационной продукции, окупаемость инвестиции ниже в рыночной среде. Поэтому, для улучшения условий и для постоянной поддержки конкурентоспособности национального производителя - венчурный бизнес требует финансовой поддержки, налоговых льгот со стороны Государства, Правительства научных учреждений, бизнес структурам, которые пытаются производить инновационную продукцию, или услуг для потребителей.

*Социальный бизнес* включает широкий спектр оказания социальной помощи пенсионерам, а также менее защищенным слоям населения, многодетным семьям, детям инвалидам, одиноким пожилым людям, центры обслуживания населения (ЦОН) по оказанию юридической, нотариальной и иной помощи по оформлению документов бесплатно за счет бюджетных средств и т.д.

## **1.2. Бизнес как система**

Система – это некоторая целостность, состоящая из взаимосвязанных частей, каждая из которых вносит свой вклад в ее характеристику. Бизнес (деловые отношения) представляет собой систему, охватывающую всех бизнесменов, интернирующихся и интересующихся их деятельностью в одно целое.

Система бизнеса включает субъекты и их деловые отношения, инфраструктуру бизнеса, системы управления (менеджмента), изучение контрагентов (маркетинг), оценки деятельности (деньги) и имеет свои внутренние импульсы развития (конкуренция).

Субъектами бизнеса выступают: предприниматели, потребители, работники по найму, государственные структуры (табл.1.2).

Таблица 1.2. Основные характеристики субъектов бизнеса

Субъекты бизнеса	Деловые интересы	Основы бизнеса
Предприниматели	Получение дохода	Частная собственность на средства в производства
Потребители	Удовлетворение потребности	Частная собственность на предметы потребления
Работники по найму	Личный доход	Частная собственность на рабочую силу
Государственная структура	Осуществление общегосударственных-программ	Государственная собственность на средства производства

Основные их взаимодействия является принцип взаимной выгоды сторон. В зависимости от масштабов деятельности различают: малый, средний и крупный бизнес.

Деление всех представителей казахстанского бизнеса на категории закреплено в ст.24 Предпринимательского кодекса РК.

Так, выделяют субъектов:

- малого предпринимательства (в т.ч. субъекты микропредпринимательства);
- среднего предпринимательства;
- крупного предпринимательства.

Деление производится по принципу объема среднегодового дохода и среднегодовой численности работников.

Таблица 1.3. Критерии отнесения предпринимателя к определенной категории.

№	Субъект	Среднегодовая численность работников, чел.	Среднегодовой доход, МРП.	Сумма, млн.тг.
1	Микропредпринимательство (ИП)	15	30 000	118
2	Малое (ИП)	100	300 000	795,3
3	Среднее (ИП и юрлица)	101-250	300 000-3 000 000	1 179,6 – 1 1796
4	Крупное (ИП и юрлица)	более 250	свыше 3 000 000	свыше 1 1796

Приведённые в табл.1.4, данные по зарубежным странам показывают, что большинство населения, занято в экономике, работают на предприятиях численностью менее 500 человек. (табл.1.4).

Таблица 1.4. Распределение занятых людей в экономике на предприятиях

№	Страны	Виды предпринимательства			
		Особо мелкие	Мелкие	Средние	Крупные
1	Австрия	33,6	27,9	23,1	15,4
2	Бельгия	22,1	22,6	26,1	29,2
3	Великобритания	26,1	22,6	26,1	25,2
4	Казахстан	41,3	39,9	11,3	7,5
5	Италия	43,4	30,3	14,2	12,1
6	Франция	32,1	28,0	23,4	16,5
7	США	26,1	28,4	24,0	21,5
8	Япония	49,4	27,7	14,6	8,3

Каждая группа предприятий имеет свои внутренние интересы, определяющие стратегию их экономического поведения, отношение к государству и проводимой им политике.

*Крупный бизнес* в основном определяет экономическое и научно-техническое место страны в мировом хозяйстве. В Японии в отрасли машиностроения, особенно в автомобилестроении до 20% предприятий (Тойота, Хонда и др.), являются крупными предприятиями и флагманом научно-технического прогресса (НТП).

Масштабное производство крупных предприятий в значительной степени ориентирован на массового потребителя. Крупные предприятия выпускают относительно однородную стандартную продукцию большими партиями для оптовых покупателей или для своих фирменных магазинов.

*Средний бизнес* зависит от внутренней экономической конъюнктуры и вынужден вести конкурентную борьбу внутри своей группы, а также с компаниями (с крупным отечественным и иностранным капиталом), которые образуют самую разветвленную сеть предприятий, действующих в основном на местных рынках и напрямую связанных с массовым потреблением товаров и услуг.

*Малый бизнес* во всем мире развивается динамично и эффективно. Это обусловлено рядом его преимуществ и прежде всего гибкостью, способностью оперативно реагировать на запросы рынка.

Следует подчеркнуть, что малый бизнес является неотъемлемым, объективно - необходимым элементом каждой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Одной из причин успешного развития малого и среднего бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой (в странах ЕС) состоит в том, что более крупное производство не противопоставляется малому. В зарубежной статистике встречаются еще особо малые – мелкие организационные формы

предприятия.

В развитых странах превалирует принцип кооперирования крупных и малых предприятий, причем крупные объединения не подавляют малые, а взаимно дополняют, особенно в сфере специализации отдельных производств в инновационных разработках.

Например, известный концерн «Toyota», который сотрудничает с более чем 20% мелких и средних фирм по тюнингу и дизайну по всему миру, адаптируя машины под запросы местных покупателей. Не случайно в США, например, из каждых десяти новых технологических идей девять рождаются на малых фирмах.

Если крупный бизнес способствует повышению общехозяйственной эффективности за счет экономии на масштабах деятельности, то малый – придает хозяйству гибкость, мобильность, способность к быстрым структурам техническим изменениям.

Один из способов создания малых предприятий – «франчайзинг», когда капитал вкладывается во франшизу (лицензию), покупка которой позволяет использовать опыт работы и торговую марку большой и известной компании. За счет внедрения отработанного во всех деталях опыта, франчайзинг резко снижает финансовый риск в бизнесе.

Опыт США показывает, что банкротств среди фирм, пользующихся франшизой, гораздо меньше. Франшиза дает ряд преимуществ для начинающих предпринимателей. Мелкие собственники, не имеющие дополнительных источников средств и опыта хозяйственной деятельности, под эгидой крупных фирм получают возможность с меньшими затратами открыть собственное дело. Заключив контракт, владелец малого предприятия экономит на рекламе, организационных и других расходах, большую часть которых берет на себя головная компания.

Привычка потребителя к знакомой торговой марке позволяет малым предприятиям утвердиться на тех рынках, где небольшим и независимым фирмам

трудно завоевать свое место на рынке без франшизы. Более того в США, маленькие и средние организационные формы предпринимательства на принципах франшизы, доходы в 5 раз превышают темпы роста внутреннего валового продукта (ВВП).

В Казахстане возможности для развития системы франчайзинга огромны. Очевидно, что в ближайшие годы она получит такое же широкое распространение, как и в других странах. Для нормального функционирования бизнеса необходима соответствующая инфраструктура.

В Казахстане сфера инновационной деятельности регулируется Предпринимательским Кодексом и Законом РК Об инновационном кластере «Парк инновационных технологий», которые должны способствовать развитию среднего и малого бизнеса. Для успешного развития бизнеса в инновационном направлении необходимо развивать инфраструктуру рынка.

### **1.3. Инфраструктура бизнеса**

Инфраструктура бизнеса — это совокупность организационно-правовых форм, обеспечивающих движение деловых отношений и их согласование в единое целое: коммерческие банки; оформленное посредничество на товарных, сырьевых, фондовых и валютных биржах; аукционы, ярмарки и другие формы организованного не биржевого посредничества; биржи труда; информационные технологии и средства деловой коммуникации; налоговая система и налоговая инспекция; страховые компании; рекламные и информационные агентства, средства массовой информации; торговые палаты, другие объединения деловых людей; таможенная система; профсоюзы, работающие по найму; коммерческо-выставочные комплексы; система подготовки кадров; консультационные (консалтинговые) компании; аудиторские компании; общественные и государственно-общественные фонды, предназначенные для стимулирования деловой активности, деловых отношений.

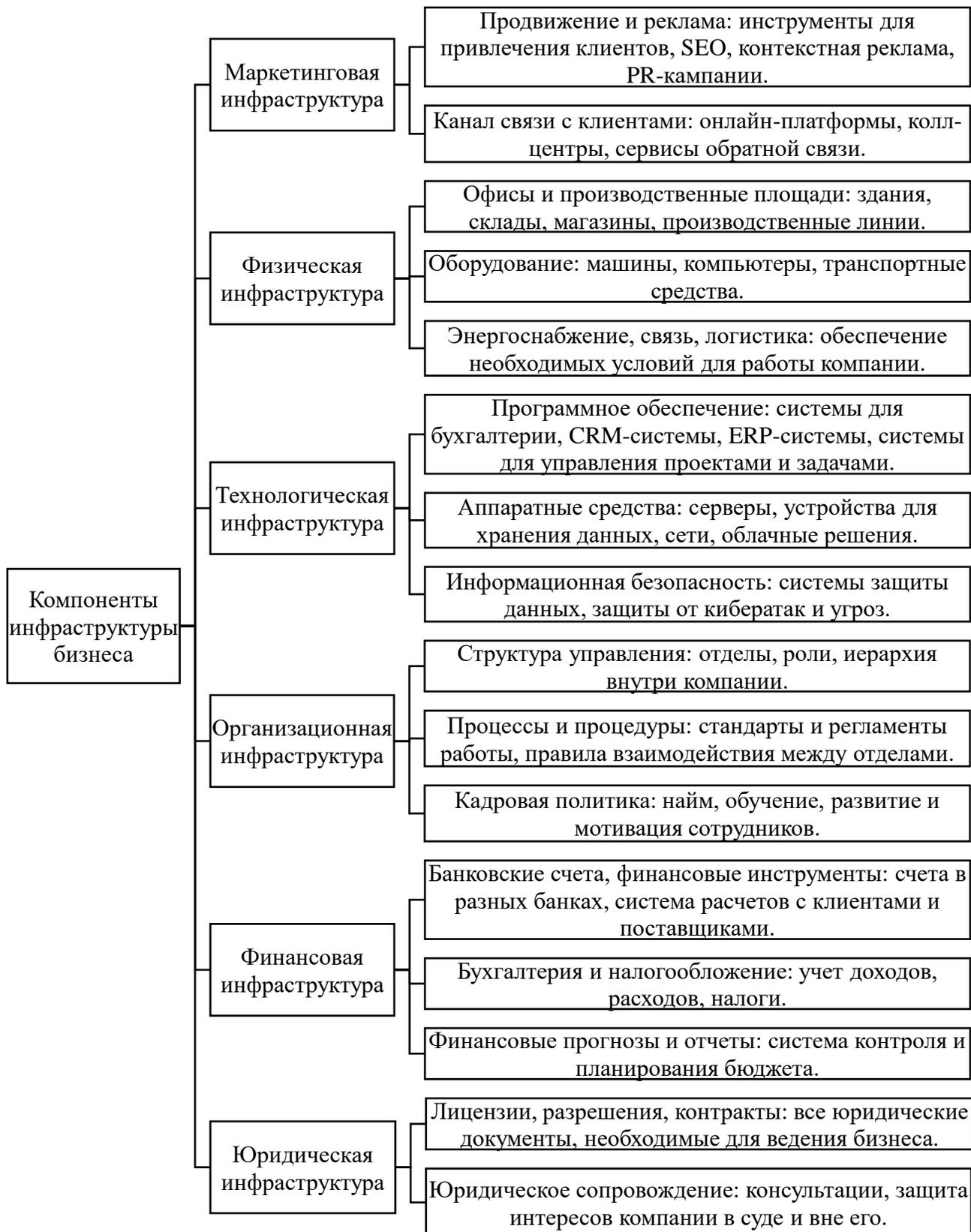


Рисунок . Компоненты инфраструктуры бизнеса

Таким образом, инфраструктура бизнеса важная часть стратегического управления, так как правильно организованная инфраструктура помогает бизнесу работать эффективно, снижать риски и достигать целей. Правильная интеграция всех этих элементов позволяет бизнесу работать более слаженно, минимизировать риски и оптимизировать затраты.

Благодаря наличию названных выше элементов инфраструктуры рынка, бизнес является цивилизованной формой отношений между деловыми людьми. При этом важным вопросом в бизнесе является партнерство.

***Контрольные вопросы:***

1. Что такое бизнес?
2. Какая деятельность считается предпринимательством?
3. Кто является предпринимателем?
4. В чем заключается цель бизнеса?
5. Что такое производственный бизнес?
6. Какую деятельность относят к коммерческому бизнесу?
7. Чем отличается финансовый бизнес?
8. Что такое франчайзинг и в чем его отличие?
9. Из чего складывается инфраструктура бизнеса?

## **Тема 2. Принципы и формы организации бизнеса**

*Рассматриваются основные принципы организации бизнеса и предпринимательства в соответствии с действующим законодательством Казахстана. Дается классификация организационным формам и видам компании. Цель данного раздела дать общие представления об организации бизнеса.*

### ***Основные вопросы:***

2.1. Организационные основы предпринимательства

2.2. Принципы организации предпринимательства

2.3. Формы предпринимательской деятельности

2.4. Основные факторы развития бизнеса.

***Ключевые термины:*** бизнес, бизнесмен, предпринимательство, венчурный бизнес, инфраструктура бизнеса, франчайзинг.

### **2.1. Организационные основы предпринимательства**

Организация бизнеса в любой сфере в Республике Казахстан основывается на действующем законодательстве, которое регулирует права и обязанности предпринимателей, а также устанавливает правила ведения бизнеса в разных отраслях. Вот основные нормативные акты и законы, которые предприниматели должны учитывать при организации бизнеса в Казахстане:

1. *Гражданский кодекс Республики Казахстан* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.09.2024 г.) — основополагающий нормативный акт, регулирующий гражданские правоотношения, включая договоры, обязательства, сделки, права на имущество и интеллектуальную собственность. Он устанавливает общие правила для ведения бизнеса, защиты прав и интересов юридических и физических лиц.

2. *Предпринимательский кодекс Республики Казахстан* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.01.2025 г.) является основным документом, регулирующим предпринимательскую деятельность в Казахстане. Он определяет основные принципы предпринимательства, права и обязанности предпринимателей, легитимность предпринимательских объединений, принципы государственной поддержки бизнеса, регулирование деятельности малого и среднего бизнеса, регулирование мер по обеспечению конкурентоспособности

3. *Налоговый кодекс Республики Казахстан* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2025 г.) регулирует налогообложение в стране и устанавливает: основные виды налогов (например, налог на прибыль, НДС, налог на имущество, земельный налог); условия уплаты налогов для различных форм бизнеса (индивидуальных предпринимателей, юридических лиц); специальные налоговые режимы для малого и среднего бизнеса (упрощенная система налогообложения, патентная система и другие).

4. *Закон РК «О разрешениях и уведомлениях»* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.03.2025 г.) регулирует порядок лицензирования различных видов деятельности в Казахстане. Он устанавливает, какие виды бизнеса требуют получения лицензий, а также определяет порядок получения разрешений для ведения определенных видов деятельности (например, для финансовых учреждений, медиа, фармацевтических компаний и др.).

5. *Трудовой кодекс Республики Казахстан* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2025 г.) регулирует трудовые отношения между работодателем и работниками. Он охватывает вопросы:

- Условий труда.
- Рабочего времени и времени отдыха.
- Оплаты труда, налогообложения заработной платы.
- Защиты прав работников.
- Работодателей, включая обязанности по обеспечению безопасности труда.

6. *Постановление Правительства Республики Казахстан «О некоторых мерах государственной поддержки частного предпринимательства»* от 17 сентября 2024 года № 754. определяет меры государственной поддержки, направленные на развитие бизнеса. Это может быть налоговые льготы, субсидии, гранты, а также упрощение процедур для стартапов и новых предприятий.

7. Закон *О защите прав потребителей* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) регулирует отношения между бизнесом и потребителями, включая: обязанности по предоставлению безопасной и качественной продукции или услуги; обязанности по информированию потребителей; ответственность за нарушение прав потребителей.

8. Закон РК *«Об авторском праве и смежных правах»* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) регулирует вопросы, связанные с патентами, товарными знаками, авторскими правами и другими объектами интеллектуальной собственности. Он защищает права владельцев и обеспечивает защиту от нарушений.

9. *Экологический кодекс Республики Казахстан* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.03.2025 г.) регулирует экологические нормы, которые должны соблюдать предприятия, включая: защиту от загрязнения, управление отходами, использование природных ресурсов, обязанности по оценке воздействия на окружающую среду.

10. Закон РК *«О валютном регулировании и валютном контроле»* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) регулирует валютные операции и движение капитала в Казахстане, а также взаимодействие с иностранными государствами в финансовой и торговой сфере. Включает правила по валютным операциям и контролю за движением капитала.

11. Закон РК *«О персональных данных и их защите»* (с изменениями и дополнениями по состоянию на 07.01.2025 г.) регулирует сбор, хранение и обработку персональных данных, защиту конфиденциальности информации, а также обязательства организаций в отношении защиты данных.

Таким образом, законодательство Казахстана охватывает широкий спектр аспектов, которые предприниматель должен учитывать при организации бизнеса. Это включает в себя вопросы налогов, лицензирования, трудовых отношений, конкуренции, интеллектуальной собственности и экологии. Знание и соблюдение

действующего законодательства является необходимым для успешного и законного ведения бизнеса в Казахстане.

## **2.2. Принципы организации предпринимательства**

Процесс предпринимательства основан на следующих принципах:

- ✓ свободный выбор видов деятельности;
- ✓ привлечение на добровольных основах имущества и средств юридических лиц и граждан;
- ✓ самостоятельное формирование программы деятельности и выбор поставщиков и потребителей, производителей продукции;
- ✓ государственное регулирование цен на отдельные виды продукции, производимые на государственных предприятиях;
- ✓ свободный наем работников;
- ✓ свободное распоряжение прибылью, остающейся после внесения установленных законодательством платежей самостоятельного осуществления внешнеэкономической деятельности и использования предпринимателем, юридическим лицом части валютной выручки в соответствии с действующим законодательством.

## **2.3. Формы предпринимательской деятельности**

Государство не устанавливает ограничений на виды и форм предпринимательства: оно осуществляется в любых организационных формах по выбору предпринимателя. Существуют следующие формы предпринимательства:

- *частная* – осуществляется частным лицом на основе личного имущества и любых форм привлечения имущества, других физических и юридических лиц;
- *коллективная* – осуществляется группой граждан на основе собственного имущества и привлечения имущества других физических и юридических лиц;
- *контрактная* – осуществляется руководителем предприятия на

основе контракта заключительного с собственником имущества, или уполномоченным им лицом.

Из характеристики и формы предпринимательства следует знать, что предпринимателя нельзя отождествлять, как о частном собственнике (владельца фирмы), как это понимают другие. Потому, что субъектами предпринимательства, независимо от форм собственности могут быть любые трудоспособные граждане Казахстана или другого государства, а также группа граждан (партнеров), коллективный предприниматель, или совместное предприятие (СП), созданное на основе объединения капитала предпринимателей разной формы собственности, или капитала государств, частных лиц разных стран согласно действующему законодательству.

Следовательно, государственное предприятие и фирмы также могут (в условиях рынка быть) предпринимательскими структурами.

При этом следует отметить, что для государственных предприятий нужно согласовывать свои действия с отраслевыми министерствами, также определить степень ответственности субъектов предпринимательской деятельности за результаты финансово хозяйственной деятельности.

#### **2.4. Основные факторы развития бизнеса**

Факторы развития бизнеса, могут быть как внутренними, так и внешними. Эти факторы определяют успешность и устойчивость бизнеса в условиях изменяющейся рыночной среды и позволяют предпринимателям принимать обоснованные решения для эффективного роста компании.

*1. Экономические факторы* -экономическая ситуация в стране или регионе напрямую влияет на развитие бизнеса. Включает в себя:

— макроэкономическая ситуация: уровень инфляции, процентные ставки, валюта, экономический рост.

— налогообложение: налоговые ставки и налоговая политика, включая льготы для определённых секторов бизнеса.

— доступность финансирования: наличие банковских кредитов, инвестиционных фондов, венчурного капитала.

— спрос на продукцию или услуги: общая покупательская способность населения и спрос на конкретные товары или услуги.

2. *Технологические факторы* - технологии играют огромную роль в развитии бизнеса, создавая новые возможности и повышая производительность:

– Инновации: внедрение новых технологий и решений, улучшение процессов и продуктов;

– Автоматизация и цифровизация: использование программного обеспечения для оптимизации работы, внедрение ERP-систем и онлайн-платформ;

– Развитие Интернета и мобильных технологий: создание новых каналов продаж, улучшение взаимодействия с клиентами через интернет.

3. *Маркетинговые и конкурентные факторы* - маркетинг и анализ конкурентной среды критичны для роста и устойчивости бизнеса:

– конкуренция: уровень конкуренции в отрасли и способность бизнеса выделяться на фоне других игроков.

– целевая аудитория: правильно определенная и исследованная целевая аудитория позволяет разрабатывать более эффективные стратегии продаж.

– брендинг и репутация: создание сильного бренда и поддержание репутации на рынке.

– каналы сбыта: развитие новых каналов сбыта продукции или услуг, включая онлайн-торговлю, франчайзинг, прямые продажи.

4. *Социальные и культурные факторы* - социальные изменения и культурные тренды могут сильно повлиять на спрос и поведение потребителей:

– изменения в потребительских предпочтениях: изменение предпочтений клиентов в отношении товаров и услуг;

- трудовые ресурсы: наличие квалифицированных работников, доступ к обучению и развитию персонала;
- социальная ответственность: бизнес, ориентированный на устойчивое развитие и заботу о социальной ответственности, часто пользуется большим уважением среди клиентов.

*5. Правовые и регуляторные факторы* - законодательство и регулирование играют важную роль в ведении бизнеса, законодательные изменения: новые законы, изменения в трудовом, налоговом и экологическом законодательстве, влияние международных соглашений, регулирование отраслей: наличие лицензий, разрешений и стандартов, регулирующих деятельность в определенных секторах (например, здравоохранение, финансы, строительство), Защита прав и интеллектуальной собственности: защита от контрафакта, соблюдение авторских прав, патентов.

*6. Политические факторы* - политическая ситуация в стране или регионе также оказывает влияние на предпринимательскую деятельность.

- политическая стабильность: стабильность правительства и государственные реформы влияют на экономические условия для ведения бизнеса.
- государственная поддержка: программы субсидирования, налоговые льготы, государственные закупки и другие формы государственной помощи предпринимателям.
- международные отношения и торговая политика: внешняя политика, включая санкции, торговые соглашения и барьеры на экспорт.

*7. Природные и экологические факторы* - факторы окружающей среды также могут влиять на развитие бизнеса, особенно для отраслей, связанных с природными ресурсами или производством:

- ресурсы: доступность и стоимость сырья, вода, энергетические ресурсы;

- экологические проблемы: требования по соблюдению экологических стандартов, необходимость перехода на устойчивые бизнес-модели;
- природные катастрофы: риски, связанные с изменением климата, природными бедствиями (пожары, наводнения).

8. *Инфраструктурные факторы* - наличие современной инфраструктуры — важный элемент для успешного ведения бизнеса.

- транспорт и логистика: доступность транспортных и логистических услуг для обеспечения доставки товаров;
- коммуникации и интернет: наличие развитой интернет-инфраструктуры и связанных технологий для эффективной работы бизнеса;
- энергоснабжение и водоснабжение: стабильное обеспечение энергией и водными ресурсами.

Также, для развития бизнеса необходимы достаточные финансовые ресурсы: доступность финансирования (кредиты, инвестиции, венчурный капитал, субсидии) и эффективное управление финансовыми потоками (грамотное распределение средств на развитие, маркетинг, исследования и разработки).

В целом, успех бизнеса зависит от множества факторов, и эти факторы часто взаимосвязаны. Предприниматели, чтобы добиться роста и устойчивости, должны быть готовы адаптироваться к изменениям во внешней среде и эффективно использовать внутренние ресурсы. Учет экономических, социальных, политических и технологических факторов позволяет принимать обоснованные решения, снижать риски и создавать конкурентные преимущества.

Становление и развитие бизнеса, его структура и динамика в решающей степени зависят от политических и социально-экономических условий в стране. Где необходимо рыночный тип экономики, а также личная воля предпринимателя, то есть независимость, позволяющая принимать решения, которые будут наиболее прибыльным. На создание таких условий должна быть

направлена государственная политика. По данным таблицы можно отслеживать динамику развития бизнеса и предпринимательской деятельности по направлениям, (табл.4.1).

Таблица 4.1. Динамика развития предпринимательской деятельности в Казахстане, 2014-2023 гг.

№ п\п	По отраслям виды предпринимательства	2014г.	2017г.	2023г.	2023г. в % к 2000г
1.1.	Республика Казахстан	353833	412677	526280	1489
1.2.	Мелкие	344994	403862	517123	150,0
1.3.	Средние	6364	6432	6689	105,1
1.4.	Крупные	2475	2383	2478	100,1

Благодаря поддержке Правительства Республики Казахстан динамика развития бизнес структур в стране имеет положительную тенденцию. Количества зарегистрированных юридических лиц ежегодно возрастала в среднем на 4-5%. При этом следует, что основной рост происходит в основном за счет малых организационно – правовых форм, их количество ежегодно в среднем на 4,6%. Особенно успешно развивается мелкие предприятия, их численность в 2023 году по сравнению с 2014 годом возросла на 50%. За последнее десятилетие количества крупных - организованных юридическими лицами не уменьшились, а остается стабильно на одном уровне 2475 – 2478 единиц. Государственная поддержка предпринимательства зависит от мер по созданию благоприятных организационных и экономических условий для его развития, путем создания и организации материально-технической базы и информационного обеспечения, подготовки и переподготовки кадров, предоставления целевых кредитов, налоговых льгот и т.д. Правительство обеспечивает свободную конкуренцию между бизнесменами, защищает их от проявлений недоброжелательной конкуренции и монополизма в будь какой либо сфере предпринимательской

деятельности, а также защищает их права на собственность и посягательств от организованных преступных группы (ОПГ).

***Контрольные вопросы:***

1. Какой документ определяет организационную структуру предприятия (фирмы)?
2. Укажите принципы определения организационно - правовой формы предпринимательской структуры?
3. По каким признакам определяется организационная форма хозяйствования?
4. Какие признаки определяют организационные формы предпринимательской деятельности?
5. Какие меры предлагаются для стимулирования развития малого и среднего бизнеса в государстве?

### **Тема 3. Формирование стратегии бизнеса**

*Рассматриваются основные определения стратегии развития бизнеса, классификация бизнеса по разным направлениям. Регистрация вновь созданных бизнес структур, политика государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса.*

***Основные вопросы:***

- 3.1. Бизнес – идеи и виды деятельности. Методика выбора и создание новой организационной формы бизнеса.
- 3.2. Планирование деятельности бизнес-фирмы, экономическое обоснование организационной структуры предприятия
- 3.3. Учредительные документы и государственная регистрация
- 3 4. Уставный фонд и его формирование.

3.5. Организационно-правовые формы хозяйствования в современных условиях

**Ключевые термины:** предприятие, фирма, инвестиция, устав, концентрация производства, технико-экономическое обоснование (ТЭО), бизнес-план.

### **3.1. Бизнес – идеи и виды деятельности. Методика выбора и создание новой организационной формы бизнеса**

Предпринимательский Кодекс РК определяет виды и организационные формы хозяйствования предприятия, правила их создания, регистрации и ликвидации, а также права и обязанности предпринимателя перед обществом и государством. Согласно Кодексу, предприятия - это основная организационная форма хозяйствования для производства и удовлетворения спроса населения на разнообразные товары и услуги, а также потребности военно-промышленного комплекса и других ведущих отраслей национальной экономики Казахстана. Основные определяющие признаки предприятия:

- они имеют самостоятельный баланс (сводный баланс доходов и расходов);
- расчетный счет в банке;
- печать со своим названием;
- промышленные предприятия – товарный знак;
- другие юридические лица в его составе отсутствуют.

Организационной основой предприятия является «Устав» – право учредительный документ. Поэтому, предприятия (фирма), действуют на основании Устава, утвержденного собственником имущества. В Уставе указывается собственник имущества, наименование предприятия, цель его деятельности, органы управления и порядок создания и воспроизводства имущества и т.д.

Фирма самостоятельно хозяйствующий субъект, имеющий права юридического лица и осуществляющий все перечисленные в уставе виды

деятельности с целью получения прибыли (дохода) в коммерческой деятельности (кроме социальной сферы).

В экономике интегрирующим (основным показателем) мерой оценки, то есть критерием успешной деятельности предпринимательских структур является прибыль. Но такое утверждение неточно, так как не учитывает расходы капитала при создании предприятия, и в процессе его функционирования. В западных странах, в качестве критерия берется целесообразность создания предприятия и работа в период окупаемости капитальных вложений, то есть показатель экономической эффективности - прибыльность капитальных затрат. В последние годы капитальные вложения в бизнесе определяется как инвестиция.

Существует разные понятия: «инвестиция – вложение капитала с целью получения прибыли», «инвестиция – это денежные потоки» и прочие. Следует отметить инвестиция более широкое понятие, чем капитальное вложение. Инвестиций может осуществляться в экономику, также в социальную сферу, а капитальное вложение преимущественно направлено на пополнение или к воспроизводству основного фонда предприятия (фирмы).

С формированием отношений собственности в Казахстане, наряду с экономической эффективностью капитальных вложений, цель предпринимательских структур должна быть связана с социальным эффектом, то есть созданием дополнительных рабочих мест в городах и сельской местности, открытием детских и дошкольных учреждений, обеспечением социального страхования, медицинским обслуживанием работников и их семей, а также предоставлением дополнительных оздоровительных услуг и т.д. С точки зрения экономического анализа и оценки экономической эффективности капитальных вложений и инвестиций особой разницы нет. Инвестиции в социальную сферу создают условия для устойчивого развития бизнеса и жизни на селе, в больших и маленьких городах.

Достижение определенной цели обеспечивается следующими целями:

ростом прибыли (дохода), а также объема продаж продукции на рынке, достижением высококачественной продукции предусмотренных договорами, минимизацией (оптимизацией) затрат, и производственных ресурсов, ускорением освоения новой техники и инновационных технологий, укреплением конкурентоспособностью отечественного товаропроизводителя, как внутреннем и внешнем рынках. Перечисленные цели характерны для предприятий любой формы собственности и любых видов деятельности.

### **3.2. Планирование деятельности бизнес-фирмы, экономическое обоснование организационной структуры предприятия**

Планирование деятельности бизнес-фирмы включает в себя разработку стратегических и оперативных планов для достижения поставленных целей. Оно помогает определить ресурсы, сроки и методы выполнения задач, а также прогнозировать возможные риски и пути их минимизации. Эффективное планирование позволяет обеспечить стабильность компании, улучшить управление и адаптацию к изменениям на рынке.

Предприятия классифицируют по виду собственности, виду деятельности, размеру, отраслевой принадлежности (специализации). В современных условиях форма собственности – одна из важнейших классификационных характеристик предприятия. Следует отметить, что понятия предприятия и фирма имеют некоторые отличия. Предприятия преимущественно занимаются производством продукции и реализацией готовой продукции оптовым покупателям. Фирмы также занимаются производством товаров и реализацией продукции в своих фирменных магазинах, последующим гарантированным обслуживанием своей продукции. Поэтому покупатели отдают предпочтение фирменным товарам. Классификация предприятий основывается на различных критериях, таких как форма собственности, масштаб деятельности, организационно-правовая форма, виды продукции и другие. Эта классификация позволяет лучше понять структуру бизнеса, его специфику и особенности функционирования.



Рисунок . Классификация предприятий

Классификация предприятий помогает структурировать и систематизировать разнообразие бизнесов, анализировать их функции, особенности и возможные риски. Этот подход позволяет лучше понимать, какие ресурсы и возможности необходимы для того или иного типа бизнеса, и помогает оптимизировать процессы в соответствии с конкретной ситуацией на рынке.

К формам организации производства относятся: концентрация, специализация, кооперирование и комбинирование.

1. *Концентрация* — это сосредоточение производства в одном месте или области для увеличения объема выпускаемой продукции и снижения издержек. Этот процесс помогает достигать экономии на масштабе и укреплять рыночные позиции. Концентрация может включать объединение предприятий через слияния или поглощения.

2. *Специализация* — это процесс, при котором предприятие сосредотачивается на производстве определенного вида продукции или услуг. Такая форма организации позволяет достичь высокой эффективности и качества продукции. Специализация способствует оптимизации затрат и улучшению процессов производства.

3. *Кооперирование* — это форма организации производства, при которой предприятия или подразделения сотрудничают и разделяют работу для достижения общих целей. Например, компании могут делить процессы производства, снабжения или сбыта, что позволяет сократить расходы и повысить эффективность. Кооперирование часто используется для обеспечения масштабируемости и гибкости в производственной цепочке.

4. *Комбинирование* — это процесс объединения разных видов деятельности или производства на одном предприятии для получения синергетического эффекта. Комбинированное производство позволяет уменьшить зависимость от внешних поставок и использовать внутренние ресурсы более эффективно. Этот подход может применяться, например, для

производства разнообразной продукции или предоставления нескольких услуг в одном бизнесе.

Независимо от размера, форм и методов хозяйствования, собственности предпринимательских структур, экономическая их деятельность (как вновь созданного, так и действующего предприятия) состоит в авансировании капитала, необходимого для производства, возмещения понесенных расходов и получении дохода, достаточного для оплаты труда, отчисления налогов и развития производства.

Экономическое обоснование организационной структуры предприятия является важным этапом в стратегическом управлении. Оно включает в себя анализ потребностей бизнеса, его целей, внешних и внутренних факторов, а также задач по минимизации затрат и повышению производительности. Эффективная организационная структура помогает обеспечить успех предприятия в условиях конкурентного рынка и меняющейся внешней среды. Определить экономическую обоснованность предпринимательства возможно, если последовательно произвести расчеты затрат и результатов (дохода), и сравнить их как это делается в процессе финансовой оценки проекта.

### **3.3. Учредительные документы и государственная регистрация**

Правовой основой деятельности юридического лица позволяющей выступать в гражданском обороте в качестве субъекта права являются его учредительные документы, служащие основанием для деятельности юридического лица. Состав таких документов зависит от организационно-правовой формы создаваемого юридического лица. Согласно п.1 ст.41 ГК РК, в перечень учредительных документов ТОО входят:

- 1) Учредительный договор;
- 2) Решение о создании ТОО (Протокол общего собрания участников);
- 3) Устав.

В случае противоречий между учредительным договором и уставом одного юридического лица должны применяться условия:

- учредительного договора, если они относятся к внутренним отношениям учредителей;
- устава, если их применение может иметь значение для отношений юридического лица с третьими лицами (пункт 6 статьи 41 Гражданского кодекса Республики Казахстан (Общая часть))

Основой организации бизнеса в любой сфере является «Устав предприятий». Устав – это свод законодательных и нормативных положений, согласно которым организована фирма (предприятие).

Как правило, в уставе указывается: адрес предприятия, цель организации, учредители, производственное направление с указанием ведомственной принадлежности и т.д. Устав предприятия разрабатывается заинтересованной стороной, то есть руководством и юридической службой.

Устав имеет разделы, где указывается цель организации, источники создания уставного фонда, в т.ч. заемных средств, органов управления с указанием ответственных лиц и последующем утверждением функциональных обязанностей управляющих и роль профсоюзов трудящихся.

Государственная регистрация предпринимательства осуществляется в исполнительном комитете районного или городского Совета народных депутатов по месту деятельности или жительства. С этой целью подаются документы, предусмотренные действующим законодательством.

Заявление для получения лицензий (разрешение на вид деятельности), регистрация фирмы в соответствующих госструктурах (статистические управления определяет ОКПОД, налоговая инспекция регистрирует, адрес фирмы, номер счета в банке и др., если бизнес связан с экологией, заключение экологической комиссии и т.д.

Предпринимательский кодекс также устанавливает права наемных рабочих

и предпринимателей. Так, для осуществления предпринимательской деятельности, предприниматель имеет право заключать с гражданами договора (контракты, соглашения) об использовании их труда» в котором оговорены условия и охрана труда, его оплата не ниже установленного государством уровня (минимальной заработной платы), а также социальные гарантии, включая социальное и медицинское страхование и социальное обеспечение.

Предпринимателям, независимо от избранных ими форм предпринимательской деятельности, государство гарантирует равные права и условия для доступа к материально-техническим, финансовым, трудовым информационным, природным и другим ресурсам, а также неприкосновенность имущества и обеспечение права собственности предпринимателя. Например, ущерб, причиненный предпринимателю в результате нарушения гражданами, юридическими лицами или государственными органами его имущественных прав» компенсируется предпринимателю в соответствии с действующим законодательством.

### **3.4. Уставный фонд и его формирование**

Имущество компании состоит из основных фондов и оборотных средств, так называемым уставным фондом. Источниками формирования имущества могут быть: взносы учредителей, кредиты, доходы от реализации продукции и ценных бумаг, другие поступления.

Уставный фонд — это начальный капитал предприятия, который необходим для его создания и функционирования, определяет финансовую основу компании и отвечает за ответственность перед кредиторами и участниками.

В Казахстане минимальный размер уставного фонда зависит от формы предприятия. Например, для товарищества с ограниченной ответственностью (ТОО) минимальный размер уставного фонда составляет 100 МРП (месячных расчетных показателей), для акционерных обществ — не менее 50%

номинальной стоимости акций, размещаемых на момент регистрации. Уставный фонд может быть сформирован в денежной или неденежной форме, а также путем внесения имущества или имущественных прав.

Законодатель дает широкие возможности по формированию уставного капитала, что также является привлекательным условием для ведения бизнеса в РК. Вкладом в уставный капитал товарищества могут быть деньги, ценные бумаги, вещи, имущественные права, в том числе право землепользования и право на результаты интеллектуальной деятельности и иное имущество. Исключениями являются специальные финансовые компаний, создаваемые в соответствии с законодательством Республики Казахстан о проектном финансировании и секьюритизации, исламские специальные финансовые компании, создаваемых в соответствии с законодательством Республики Казахстан о рынке ценных бумаг, уставный капитал которых формируется исключительно деньгами.

Не допускается внесение вклада в виде личных неимущественных прав и иных нематериальных благ. Что не включает случаи когда вклады учредителей в уставный капитал формируются в натуральной форме или в виде имущественных прав. Вклады в уставной капитал в натуральной форме или в виде имущественных прав оцениваются в денежной форме по соглашению всех учредителей или по решению общего собрания участников товарищества. Если стоимость такого вклада превышает сумму, эквивалентную двадцати тысячам размеров месячного расчетного показателя, ее оценка должна быть подтверждена независимым экспертом.

В случаях, когда в качестве вклада товариществу передается право пользования имуществом, размер этого вклада определяется платой за пользование, исчисленной за весь срок, указанный в учредительных документах.

Следует отметить что в случаях внесение вклада в виде права пользования имуществом или иным вещным правом, без согласия общего собрания досрочное

изъятие имущества, право пользования которым служит вкладом в уставный капитал товарищества, не допускается.

### 3.5. Организационно-правовые формы хозяйствования в современных условиях

**Хозяйственное общество** создается на основе договора между юридическими лицами и гражданами путем объединения их имущества и организации совместной деятельности с целью получения прибыли. Распределение прибыли осуществляется пропорционально вложенному по стоимости имуществу и трудовому участию. Такая форма позволяет увеличивать капитал, специализацию по отдельным направлениям, но она имеет ряд преимуществ: оперативность и неограниченность ответственности субъекта по долгам (табл.3.5.1).

Таблица 3.5.1. Классификатор организационно-правовых форм хозяйствования в рамках Евразийского экономического союза Республики Казахстан

Код и наименование группы	Код и наименование подгруппы	Код и наименование вида	организационно-правовой формы	Наименование организационно-правовой формы
2	3	4	5	6
<b>Организационно-правовые формы хозяйствования в Республике Казахстан</b>				
KZ1000000	Государственное предприятие			
	KZ1010000	Государственное предприятие на праве хозяйственного ведения		
	KZ1020000	Государственное предприятие на праве оперативного управления (казенное)		
KZ2000000	Хозяйственное товарищество			
	KZ2010000	Полное товарищество		
	KZ2020000	Коммандитное товарищество		
	KZ2030000	Товарищество с ограниченной ответственностью		
	KZ2040000	Товарищество с дополнительной ответственностью		
KZ3000000	Акционерное общество			
KZ4000000	Производственный кооператив			
KZ5000000	Учреждение			
KZ6000000	Общественное объединение			
KZ7000000	Потребительский кооператив			
KZ8000000	Фонд			
KZ9000000	Религиозное объединение			
KZ0000000	Объединение юридических лиц в форме ассоциации			

Утвержден Решением Коллегии Евразийской экономической комиссии от 2

Расширенная классификация организационно - правовых форм хозяйствования по численности, работающих, и сумме оборота и другие параметры приведены в Предпринимательском и Гражданском кодексах Республики Казахстан. В мировой практике известны различные организационно - правовые формы хозяйствования в бизнесе.

*Акционерное общество (АО)* является наиболее распространенным. Высший орган управления – общее собрание акционеров, которое избирает руководство, определяет направление деятельности, принимает устав и т.д. Каждая акция имеет один голос.

*Коллективное долевое предприятие*, в общем, является одной из разновидностей акционерного общества и отличается от него только формой документа, определяющего право собственности на часть имущества члена этого общества. В то же время в сельскохозяйственном производстве реформирование бывших колхозов, совхозов и создание на их основе сельскохозяйственных предприятий разного типа затрагивает более широкий круг правовых вопросов.

*Корпорация* – организационная форма производства, объединяющая в своем составе различные предприятия, реализующие готовую продукцию головного предприятия.

*Концерн* – аналог корпорации. Его участниками могут быть гостиничные корпорации, которые для достижения общих целей объединяют свои усилия и создают для управления организационные структуры. Концерн ~ это самая сложная форма организаций производства. Она объединяет предприятия сельского хозяйства, промышленности, транспорта, торговли, других отраслей и банковской сферы. За участниками концерна формально сохраняется самостоятельность, но их деятельность жестко контролируется финансовой группой концерна.

*Ассоциации* – добровольное объединение самостоятельных товаропроизводителей. Управление ассоциациями распространяется только на отдельные виды деятельности в сфере производства, снабжения и сбыта продукции. Каждый субъект ассоциации владеет полной юридической, в том числе и денежной, самостоятельностью.

Фирма представляет собой единый действующий комплекс предприятий под единым руководством, в состав которого входят различные внутрихозяйственные формирования по производству, переработке продукции, оказанию услуг и другим видам деятельности, действующим на принципах полного хозрасчета по единому плану фирмы.

*Картель* – форма объединения предпринимателей, при которой они заключают договоры о регулировании объемов производства, условиях сбыта продукции, источников поступления сырья и др. Каждый участник сохраняет юридическую и финансовую самостоятельность.

*Синдикат* - это объединение предпринимателей в распределение заказов на закупку сырья и реализацию произведенной продукции осуществляется через единую сбытовую контору или другой аналогичный орган. Участники синдиката сохраняют производственную, но теряют коммерческую самостоятельность

*Холдинг-компания* - компания, объединение, которое может осуществлять контроль за деятельностью других компаний за счет преимущественного владения их акциями, что дает возможность назначать руководителей этих компаний. Это позволяет нейтрализовать управление стратегией предпринимательской деятельности при сохранении самостоятельности каждой компании в части решения оперативных вопросов хозяйствования.

*Трасты* – специфическая форма предпринимательской деятельности, занимающаяся управлением собственностью, владелец, доверивший управление своей собственностью (Траст). Она становится владельцем его акций и получает на них пропорционально внесенным в траст деньгам, а также часть выручки в

случае ликвидации траста.

Консалтинговые коммерческие консультативные представляют сервисы за плату, а зависимости от размера из заключенного контракта по аудиту, анализу, прогнозированию рынка продуктов, лицензий, «ноу-хау», уровня цен и другого.

Предпринимательство сферы социально-бытовой инфраструктуры предоставляют услуги в соответствии с установленными ценами, которые зависят от спроса и предложения.

***Контрольные вопросы:***

- Какие виды и формы предприятия существуют в Республике Казахстан согласно действующему законодательству?
- Какие параметры определяют организационные виды предпринимательства?
- Какие нормативные акты и положения определяют виды предпринимательства?
- Какие показатели определяют специализацию предприятия?
- Что такое концентрация производства?

## **Тема 4. Организация управления бизнесом**

*Рассматриваются сущность управления бизнесом, объект и субъект, отличия понятий менеджмента, а также основные подходы к построению организационной структуры производства и управления предприятием (фирмой), а также принципы и формы предпринимательского управления.*

***Основные вопросы:***

- 4.1. Сущность, субъект и объект, этапы развития науки управления.
- 4.2. Цель и задачи системы управления.
- 4.3. Принципы построения структуры управления.

4.3.1. Основные характеристики структур управления

4.3.2. Главные свойства структур управления.

4.3.3. Управление, направленное на результаты.

4.3.4.. Предпринимательское управление

**Ключевые термины:** управление, менеджмент, оптимальность, оперативность, эффективность, функциональность управления.

#### **4.1. Сущность, субъект и объект, этапы развития науки управления**

Управление (англ. management -менеджмент) в переводе означает «управление», «организация», «распоряжение». Управление (в сфере производства) - это организация действий предпринимательских структур с целью достижения прибыльности путем рационального использования их материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Субъектом управления является деятельность группы, коллектива людей в процессе производственных, трудовых, социально-экономических отношений, а объектом – подразделение, отдел или предприятия (фирма).

Следует отметить по своему значению понятие управления более широкое, чем менеджмент. Таким образом, управление – это сфера человеческой деятельности и соответствующая отрасль знаний, в которую входит как обязательный элемент управления людьми, материально-техническими ресурсами, финансовыми или структурными подразделениями (организациями) бизнес структур.

В качестве науки управления (менеджмент) возник около 100 лет назад.

Основные направления (школы) менеджмента:

- *школа научного управления Тейлора, Гилберта и т.д.* (1885-1920). Главная идея этой школы состоит в утверждении, что рационализация труда на производстве плюс материальная заинтересованность рабочих ведут к повышению производительности труда;

- *административная (классическая) школа Файоля, Вебера и т.д.* (1920-1950).

Ее главная идея состоит в том, что есть универсальные.

- *принципы управления*, применение которых гарантирует успех в любой организации;
- *школа человеческих отношений Маслоу и т.д.* (1930-1950) акцентирует внимание на том, что для эффективного достижения целей организации необходимо достаточно наладить межличностные отношения между работниками;
- *школа поведения Арджириса, Лайкерта* (от 1950 г.), представители которой утверждают, что эффективность достижения цели организации требует максимального использования человеческого потенциала на основе данных психологии и социологии;
- *количественная школа Винера, Акоффа* (с 1950 г.), представители которой считают, что оптимальные управленческие решения находят с помощью компьютеров на основе использования математических моделей ситуации.

Для достижения главной цели, социально-экономического эффекта в науке современного менеджмента выделяются следующие свойства управления: системный подход к управлению, ситуационный принцип управления, определяющая роль организационной культуры, механизация и автоматизация управленческих процессов, демократизация управления, интернационализация менеджмента.

#### **4.2. Цели и задачи системы управления**

Управлять — значит, вести предприятие к цели, стараясь наилучшим образом использовать его ресурсы. Специалисты считают, что не существует единой идеальной модели управления, поскольку каждая предпринимательская структура (фирма) уникальна и им необходимо обрести свою форму управления. Поскольку процесс развития предприятия (фирмы) – непрерывный, потому что меняется сама фирма и ее среда.

Требования к современной системе управления: Она должна быть простой и гибкой. Главной задачей управления является обеспечение эффективности и конкурентоспособности работы предприятия (фирмы), особенно в настоящее время в условиях углубления международных связи и взаимосотрудничества бизнес структур Казахстана в всё мировую торговую организацию (ВТО).

Совершенствование принципов управления особенно важно для малого бизнеса, где без соблюдения этих условий трудно рассчитывать на успех развития бизнеса. Организация управления предполагает решение следующих вопросов: создание структуры компании; распределение полномочий.

Ключевой аспект организации управления – создание структуры предприятия. Под структурой понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого.

Объектами структуры управления являются отдельные работники, службы и другие звенья аппарата управления. В рамках структуры протекает управленческий процесс (движение информации и принятие управленческих решений), между участниками которого распределены задачи и функции управления, а следовательно, права и ответственность за их выполнение.

Организационная структура предприятия – средство достижения поставленных целей и задач. Работа над структурой должна начинаться с цели и стратегии. Структуру управления следует рассматривать во взаимосвязи со стратегией развития предприятий, то есть первая меняется тогда, когда меняется вторая.

Структура управления выражает форму разделения труда в сфере управления и влияет на процесс функционирования системы управления. Чем совершеннее квалификация работников, тем выше уровень управления.

### **4.3. Принципы построения структуры управления**

Прежде всего, определить структуру управления, следует проанализировать все виды деятельности организации, необходимые для функционирования предприятия, выделить из них ключевые, от которых, прежде всего, зависит успех дела, а затем распределить их по блокам. Проектируя структурные элементы новой организации, следует ответить на четыре вопроса:

1. Каковы основные ключевые компоненты организации?
2. Какие компоненты нужно соединить, а какие – отделить?

3. Какие размеры и формы должны быть отдельные компоненты?

4. Как их разместить и какие должны быть отношения между ними?

Построение организационной структуры управления осуществляется с учетом следующих принципов:

- соответствие структуры управления целям бизнеса;
- единство структуры и функции управления;
- первичность функции и вторичность органа управления;
- рациональное соединение в структуре управления: централизация, специализация и интеграция функций управления;
- соотношение структуры управления по производственной и организационной структуре предприятия;
- комплексное согласование в структуре управления всех видов деятельности;
- соответствие системы сбора и обработки информации организационной структуре управления.

Основное правило при проектировании структуры управления — минимизировать количество уровней и ступеней иерархии, а также создавать кратчайшие цепочки команд.

Выбор организационной структуры управления, в наибольшей степени отвечающий цели предприятия и учитывающие конкретные условия деятельности, осуществляется на основе тщательного анализа всех факторов, оказывающих на нее влияние, оценка преимуществ и недостатков различных типов организационных структур. В качестве примера приводится структура управления крупного монофункционального предприятия. Рассмотрим главные свойства разных организационных структур управления.

*Основные характеристики структуры управления.* Структура управления, тем более эффективно если воздействие на объект управления и выше результативность бизнеса. Поэтому важно, чтобы структура управления отвечала ряду требований

(рис.4.1).



Рис. 4.1. Основные требования структуре управления

Организационная структура управления не является чем-то застывшей, она постоянно совершенствуется в соответствии с изменяющимися условиями. Поэтому, структуры отличаются большим разнообразием и определяются многими объективными факторами и условиями. Важнейшие из них:

- масштабы бизнеса (малый, средний, крупный);
- производственные и отраслевые особенности бизнеса (производство товаров, услуг, купля-продажа);
- характер производства (массовый, серийный, единичный);
- сфера деятельности фирм (местный, национальный, внешний рынок);
- уровень механизации и автоматизации управленческих работ;
- производство при отсутствии широких кооперационных связей между предприятиями.

Функциональная структура предполагает специализацию выполнения отдельных функций управления. Для их осуществления выделяются отдельные подразделения (или функциональные исполнители). Функциональная

организация управления базируется на горизонтальном разделении управленческого труда. Линейно-функциональная структура позволяет в значительной степени устранить недостатки как линейного, так и функционального управления. При этой структуре назначение функциональных служб – подготовка данных для линейных руководителей с целью принятия компетентных решений или возникающих производственных и управленческих задач. Роль функциональных органов (служб) зависит от масштабов хозяйственной деятельности и структуры управления предприятия в целом. Чем крупнее фирма и сложнее ее управляющая система, тем более разветвленным аппаратом она располагает. В этой связи остро стоит вопрос о координации деятельности функциональных служб.

Линейно-функциональные структуры управления используются в большинстве американских компаний. Схема схожих приведена на (рис.4.2).



Рис.4.2. Функциональная (линейно-функциональная структура) управления

Опыт показывает, что там, где важны факторы техники и технологии, дивизионная - продуктовая форма управления имеет безусловные преимущества.

Линейная, функциональная, линейно-функциональная структура управления относятся к категории традиционных методов. Преимущественно большинство государственных предприятий имеют следующую структуру производства и управления (рис.4.3).

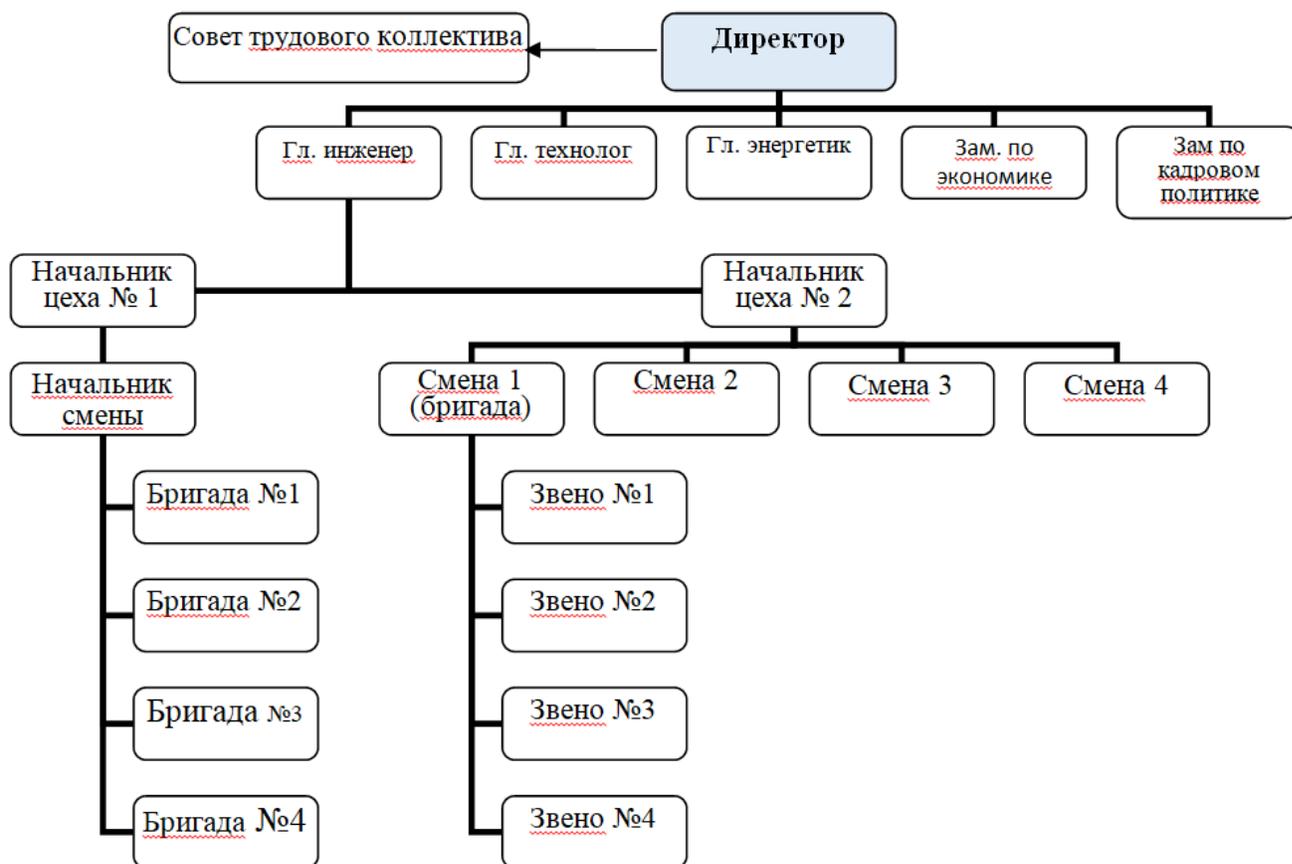


Рис.4.3. Организационная структура производства и управления предприятием

*Дивизионная структура управления* – самая распространенная форма организации управления. Она имеет относительно бюрократическую основу в стабильное время управления.

*Адаптивная структура управления.* С начала 60-х гг. двадцатого века

многие организации стали разрабатывать и внедрять новые более гибкие типы организационных структур, которые по сравнению с бюрократическими в прошлом, лучше приспособлены к быстрому изменению внешних условий и появлению новой наукоемкой технологии.

Такие структуры называются адаптивными, поскольку их можно быстро модифицировать в соответствии с изменениями окружающей среды и потребностями самой организации.

Другое их название – органические структуры, которые способны адаптироваться к изменениям в окружающей среде подобно тому, как это делают живые организмы.

Адаптивная структура управления характеризуется слабым либо умеренным внедрением формализации правил и процедур, децентрализацией и ролью профессионалов в принятии решений, обширно обусловленной ответственностью в работе, гибкостью структуры власти и маленьким количеством уровней иерархии. Большинство специалистов по управлению видят в этом подходе будущее и критикуют бюрократические структуры. Однако при выборе структуры необходимо принимать во внимание условия, в которых действует конкретное предприятие. Дело в том, что бюрократические и адаптивные структуры представляют лишь крайние точки в составе таких фирм. Настоящие структуры настоящих компаний (компаний) лежат меж ними, имея признаки тех и других в разных соотношениях.

Иными словами, в управлении, как и в любой другой сфере социальной активности человека, не существует понятия «хорошая» или «плохая» система. Есть выбор, соответствующий или не соответствующим имеющимся условиям. Современных условиях, в крупных государственных компаниях используются два основных типа адаптивных структур – проектные и матричные.

*Проектная структура* – это временные органы управления, созданные для решения конкретной задачи. Содержание его состоит в том, чтобы собрать в

одну команду самых квалифицированных сотрудников организации для осуществления сложного проекта. После завершения проекта команда распускается.

В *матричной структуре* члены проектной группы подчиняются как руководителю проекта, так и руководителям тех функциональных отделов, в которых они работают постоянно. Руководитель проекта имеет так называемые проектные возможности. Они варьируются от почти всеобъемлющей линейной власти над всеми деталями проекта до «штабных» полномочий.

Выбор конкретного варианта определяется тем, что какие права делегирует руководителю проекта высшее руководство фирмы. В частных предпринимательских структурах применяются различные методы управления по усмотрению владельца. Общая схема управления представлена на (рис.4.4.).



Рис.4.4. Организационная структура управления предприятием (фирмой) с ограниченным количеством ассортимента производства и продажи продукции (услуг)

Основные элементы управления предприятием (фирмой) построены по конечным результатам. Сущность концепции – цельная система управления,

ориентированная на конечные результаты и основанная на использовании творческого потенциала трудового коллектива, современных методов и техники управления.

### *Принципы управления*

Методология и техника управления базируются на определенных принципах и включает в себя основные стадии процесса управления:

- планирование результатов, включающее стратегическое, годовое и индивидуальное планирование (план работы лиц, занимающих ключевые позиции);
- достижение результатов на основе ситуативного руководства, отражающего неопределенность и динамичность предприятия и его окружения. При этом обращается внимание на стиль управления, методы и технику руководства, упорство, творческий подход, изучение окружающей среды, людей и их деятельности;
- контроль (систематический, плановый, выборочный, государственный по надзору охраны труда окружающей среды и т.п.) с целью оценки достигнутых результатов, способов выполнения намеченных мероприятий. Оценка завершается выводами, учитываемыми в дальнейшей работе.
- анализ результатов деятельности за отчетный период, предполагает определение недостатков в эффективном использовании ресурсов, путем сопоставления плановых (нормативных) и фактических показателей.
- корректировка плана руководства подразделений с целью устранения недостатков и замечаний.
- развитие компании (компании). При управлении по результатам предполагается усовершенствование структуры предприятия, подготовка руководителей-профессионалов. Само развитие выступает как процесс перемен, которым можно управлять. Таким образом, управление по результатам ориентирует на достижение конкретных целей вместо простого выполнения

функций, что дает возможность оценить способности менеджера как руководителя предприятия, организатора эффективной работы коллектива.

Успехи и неудачи предприятия – это в первую очередь успехи и неудачи менеджмента. Если предприятие работает плохо и нерентабельно, его новый хозяин меняет не рабочих, а менеджера. При этом предприниматель стремится достичь (результаты): качественные товары (услуги), прибыль, доля на рынке, а цель — те ключевые результаты, к которым предприятие стремится в своей деятельности в течение длительного периода времени. Следует отметить, что цели являются не постоянными величинами, они пересматриваются в связи с изменением внутренних и внешних условий, при достижении целей или вследствие признания их ошибочности.

#### *Предпринимательское управление*

Жизнеспособными сейчас оказываются те компании, которые внедряют формы и способы управления, основанные на стратегии предприимчивости. Успех деятельности таких фирм обеспечивают систематические инновации в области производства продукции и услуг, позволяющие создать новый рынок, удовлетворить потребности потребителей. В условиях рынка с его совершенной конкуренцией выживает и развивается тот, кто «держит руку на пульсе» развития спроса и предложения, и меняет характер и направленность производства в соответствии с их требованиями.

Для сложившегося и действующего предприятия, будь то производство или сфера услуг, ключевым в словосочетании «предпринимательское управление» будет слово «предпринимательское». Для нового предприятия – «управление».

На действующем предприятии главным препятствием развития есть сложившаяся практика, а на новом — ее отсутствие.

Понятно, что у молодого предприятия нет жизнеспособного отлаженного «организма», в рамках которого сотрудники четкий представляют цель своей работы и способы ее достижения.

Если вновь созданное предприятие не превращается в новый бизнес, отлаженное и управляемое производство, оно долго просуществовать не может, несмотря на блестящую предпринимательскую идею, на привлеченный капитал, на качество выпускаемой продукции, а также существование высокого спроса на нее.

Специалист по бизнесу П. Друкер считает, что предпринимательское управление на предприятии требует:

1. Концентрация внимания на рынке. Доход поступает от покупателя, все остальное – расходы.

2. Финансовое предвидение, особенно в планировании и регулировании наличных денег.

3. Заблаговременное создание управленческого звена. Управленческая структура продумывается с предупреждением, а не подстраивается под сложившуюся ситуацию. Умение определять участки наиболее эффективного применения своих сил и способностей.

Необходимость концентрации внимания на рынке отнюдь не случайно поставлена на первое место. Дело в том, что если вновь созданное предприятие не в состоянии предусматривать возможные изменения и организовать свою деятельность так, чтобы извлекать пользу из неожиданно возникающих рыночных ситуаций, не руководствуется, прежде всего, рыночными соображениями, то единственное, в чем оно может преуспеть, – это создание благоприятных возможностей для конкурентов

По мнению П. Друкера, руководителям новых предприятий необходимо помнить, насколько важно изучать ситуацию на местах, положение дел на рынке, встречаться с возможными потребителями и с их торговыми агентами, чаще поглядывать по сторонам и внимательно слушать. Руководители нового предприятия должны исходить из основного принципа – ассортимент продукции или услуг определяется не производителем, а потребителем.

Иными словами, вся деятельность нового предприятия должна ориентироваться на запросы потребителя, его ожидания и ценностные установки.

Другой важной проблемой нового предприятия является управление финансами. Для успешной деятельности необходимо регулярно проводить анализ и прогнозирование движения наличных денег, контролировать и регулировать денежные операции. При невнимательности к этим вопросам результаты могут быть достаточно плачевными.

Таким образом, предприятие, рассчитывающее не только на выживание, но и на успешную деятельность, должно иметь предпринимательское управление, то есть менеджера не просто с хорошими качествами руководителя, но и обладающего достоинствами предпринимателя, творческим отношением к делу, инициативой, постоянным стремлением к новаторству, поиску нетрадиционных решений и возможностей и, что особенно важно, постоянной готовностью к риску и изысканию способов ее минимизации.

Функции руководителя в соответствии с принципами неформальных взаимосвязей и взаимодействия групп, разработанные Ч. Барнардом, таковы:

По нынешним теориям выделяют следующие функции управления:

1. Планирование: (самопроверка - определение нынешнего состояния организации; обследование среды; определение цели; прогнозирование возможных ситуаций; согласование государственных действий и потребностей в ресурсах;

- оценка предложенных действий; пересмотр и корректировка плана в зависимости от результатов контроля и изменения обстоятельств; общения в процессе планирования.

2- Организация: (отождествление и характеристика выполняемых работ; распределение работы в соответствии с обязанностями; распределение обязанностей в соответствии с должностями; определение должностных требований).

3. Комплектование кадрами: (определение потребности в человеческих ресурсах; поиск и подбор кандидатов подготовка и обучение персонала; пересмотр и корректировка количества и качества человеческих ресурсов).

4. Мотивация: (общение с подчиненными и разъяснение им цели; определение норм.

Опыт показывает, что там, где важны факторы: техники и технологии, дивизионная продуктовая форма управления имеет безусловные преимущества.

***Контрольные вопросы:***

- Какие виды и формы предприятия существуют в Казахстане в соответствии с действующим законодательством?
- Какие виды предпринимательской деятельности существуют в Казахстане?
- Как осуществляются планирование предпринимательской деятельности в малом и среднем бизнесе?
- Что является организационной основой предприятия (фирмы)?
- Какой порядок регистрации новообразованного бизнес структуры?

## **Тема 5. Концепции модели бизнеса**

*Рассматриваются сущность функционирования бизнеса с точки зрения создания материальных благ и прибыли, а также основные подходы к кругообороту капитала в воспроизводственном процессе.*

***Основные вопросы:***

- 5.1. Производственная деятельность
- 5.2. Создание материальных благ компании.
- 5.3. Источники финансирования бизнеса.
- 5.4. Планирование финансов
- 5.5. Определение безубыточности предприятия

**Ключевые термины:** постоянные, переметный капитал, валовой доход, валовая продукция, собственный и ссудный капитал.

### 5.1. Производственная деятельность

Функционирование бизнеса напрямую зависит от эффективности организации производства и финансово-хозяйственной деятельности предприятия (фирмы), то есть прибыльности. Если рассматривать функционирование бизнеса с точки зрения экономики предприятия, как процесс создания полезных материальных благ (товаров, услуг), а затем продажи их на рынке и получение прибыли, то следует обособить:

а) производственную деятельность, как объединение факторов производства (капитала) и рабочей силы);

б) финансовую, как ценообразование, продажу на рынке товаров (услуг), получение прибыли, отчисления на социальные мероприятия, уплату налогов, дивидендов, арендной платы, а также распоряжение прибылью с целью воспроизводства производственного цикла, создания и улучшения социально-экономических условий жизни работников.

В общем все это производственная, финансово – хозяйственная деятельность бизнес структур, которая направлена на создание материальных благ и прибыли по формуле:

$$P = T - \Gamma$$

$\Gamma$  – деньги, инвестированные на производство товаров;

$T$  – количество товаров реализованных на рынке по определенным ценам;

$\Gamma^{\Delta}$  - деньги ( сумма полученных денег) от продажи.

Если сумма полученных денег ( $\Gamma^{\Delta}$ ) больше, чем сумма денег, инвестированных ( $\Gamma$ ) производству и продаже товаров, прибыль есть.

Прибыль  $P > 0$ , если ( $\Gamma^{\Delta} > \Gamma$ ),

Если сумма полученных денег ( $\Gamma^{\Delta}$ ) равна сумме денег, инвестированных ( $\Gamma$ ) в производство, прибыль равна нулю. Этот случай в экономике назовется

простым воспроизводственным процессом.

Прибыль  $P=0$ , так как  $(\Gamma^{\Delta}=\Gamma)$ ,

Если сумма полученных денег  $(\Gamma^{\Delta})$  меньше суммы денег, инвестированных  $(\Gamma)$  производству и продаже товаров, то получим убыток.

Убыток  $P < 0$ , то есть  $(\Gamma^{\Delta} < \Gamma)$ ,

В экономике этот случай присуще «сокрушённом, уменьшенному» воспроизводству, то есть поедании созданного ранее сбережения.

Таким образом, создание материальных благ и прибыли предусматривает организацию и создание основных и оборотных фондов предприятия (фирмы) согласно специализации, характеру производства продукции, отбору и подготовке кадров, мотивации труда.

Если рассматривать организацию производства как отвлеченное понятие, то она представляет собой объединение людей, совместно работающих для достижения определенной цели.

Эффективное управление людьми в процессе создания материальных благ осуществляется тогда, когда люди имеют определенные мотивы и цель. В коммерческом бизнеса, цель получения прибыли, достигается в конкуренции - соперничестве с другими бизнес - структурами. Задача государства мобилизовать институциональные, политические, психологические и другие ресурсы, чтоб побуждать, завлекать и удовлетворять мотивы бизнеса в расширенном воспроизводстве материальных и духовных бдаг для удовлетворения потребности людей..

Процесс создания материальных благ и прибыли зависит от эффективного (рационального) построения бизнес структуры. Структура организации — это ее внутреннее построение, характеризующее состав подразделений и систему связи, подчиненность и взаимодействие между ними. Организационная структура предприятия (фирмы) определяет соотношение (иерархичность) между функциями, выполняемыми ее работниками. Они проявляются в форме

разделения труда, создания специализированных подразделений, системы должностей и являются необходимым элементом эффективной организации управления. На практике эффективность функционирования бизнеса зависит от многих факторов, в первую очередь: объема производства и продаж, цены на продукцию (услуг), налоговой политики, конъюнктуры рынка и т.д. (рис.5.1)

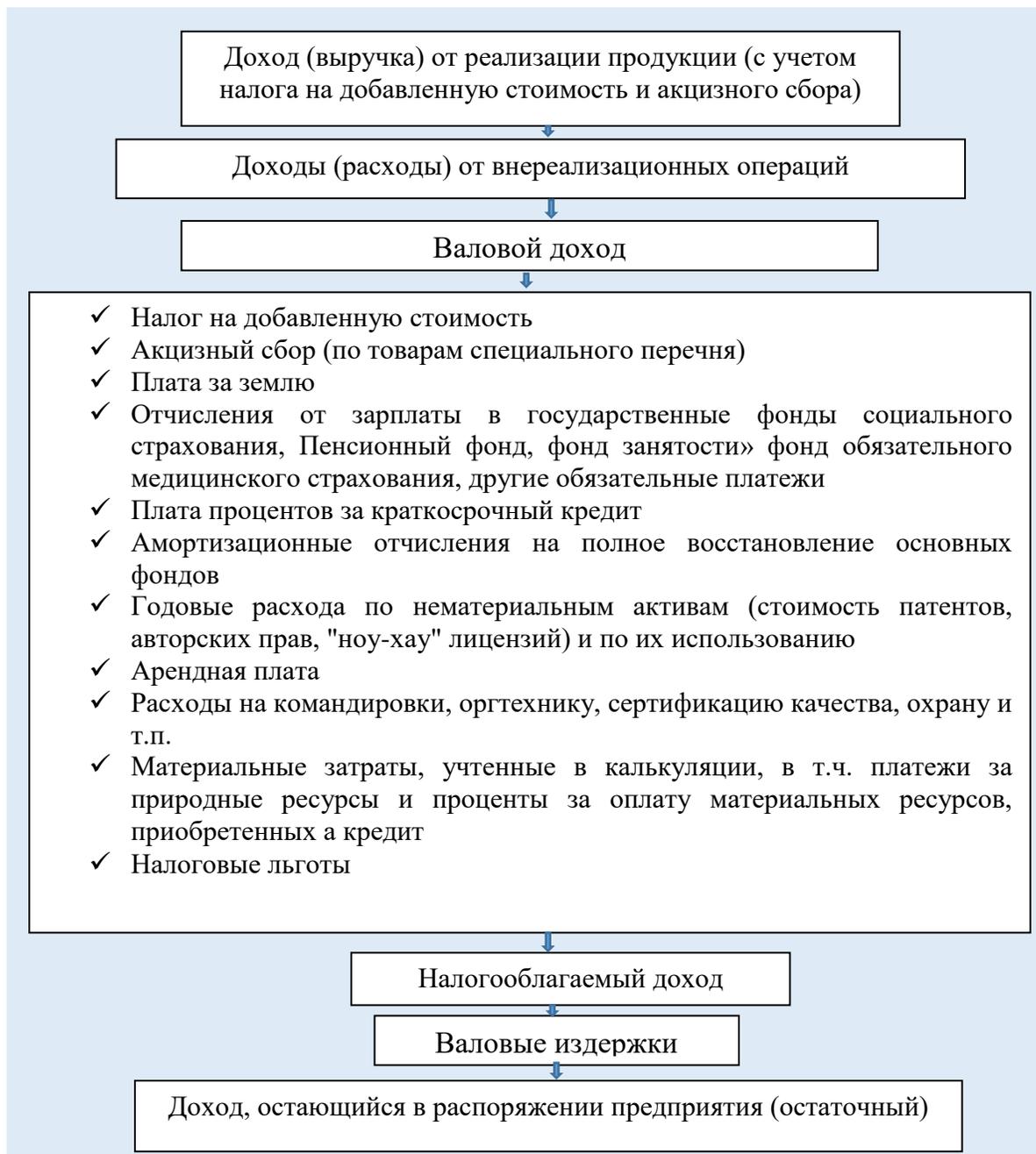


Рис. 5.1. Налог на прибыль в предприятиях до 2000г.

Система налогообложения прибыли предприятий и других бизнес

структуры перетерпели ряд изменений и продолжают совершенствоваться. Отличительной особенностью налогообложения до 2000-х г. была дифференциация, то есть по принципу «богатые платят больше, чем бедные».

Данный подход в налогообложения прибыли привело к тенизации экономики. Массовые сокрытия доходов, найма работников без трудового соглашения (договора, контракта), оплата труда в конвертах привело резкому сокращению поступления средств в государственный бюджет.

С целью совершенствования Конституционной реформы в Республике Казахстан путем передачи политической и экономической свободы территориальным объединениям заслуживает внимания. Однако территория Казахстана с точки зрения развития экономики не однозначна, населенные пункты расположены друг от друга на больших расстояниях.

Экономический уровень развития регионов, городов и села не равнозначны, что потребуют дотации от централизованного бюджета. С другой стороны, несмотря на отчисления налогов в местный бюджет, резко увеличиться расходы на содержание аппарата управления и местной инфраструктуры (больниц, амбулаторий, домов культуры, библиотеки, транспорта на перевозку детей в школу и т.п.). Поэтому главным носителем этой идей должна быть молодежь. «Рыба ищет, где глубже, а человек, где лучше». Отъезд молодых людей трудоспособного возраста зарубежье снижает эффективность реформы в Казахстане. Следовательно, нужно строить города, заводы, фабрики, а также жилье для молодых, создать лучшие условия для жизни и труда.

Следует отметить, современные методы налогообложения прибыли также далеки от совершенства. Отсутствие кассовых аппаратов, нежелание предпринимателей работать с кассовыми аппаратами, снижает эффективность сбора налогов в бюджет. Это приводит к постоянному повышению налогов и других сборов в бюджет (рис.5.2).



Рис.5.2 Налогообложения в современных условиях

Ниже приводится реформа налогообложения, которая должна стимулировать совершенствования реформы управления всей системы бизнеса в Республике Казахстан.

### 5.2. Создание материальных благ и прибыли

Производственные ресурсы – это совокупность основных фондов,

материальных, трудовых и денежных ресурсов производства, принимающего роль в процессе, именуется производственным потенциалом. Производственный потенциал — это совокупность основных фондов производства, которые могут производить определенное количество продукции при указанных бизнес-планом условиях.

В промышленности к этой категории относятся основные фонды и рабочая сила (в стоимостном выражении), а в сельском хозяйстве еще земля.

Процесс производства = основные фонды + рабочая сила + земля.

При этом следует отметить, что фонды различаются на:

- основные производственные фонды;
- непроизводственные фонды в т. ч. фонды жилищно-коммунального хозяйства оборотные фонды.

Источники формирования — основных фондов:

- прибыль от основной деятельности и внереализационные доходы;
- амортизационный фонд;
- депозиты;
- инвестиций (кредиты коммерческих банков);
- государственные инновационно-инвестиционные фонды;
- благотворительные взносы;
- дарение и т.д;

По источникам происхождения инвестиций к созданию материальных благ относятся собственные средства (прибыль от основной деятельности и внереализационные доходы, амортизационные фонды, депозиты), заемные (кредиты коммерческих банков). По месту происхождения инвестиций отличают: официальные (государственные) зарубежные, или частные.

Таким образом, в процессе создания материальных благ принимает участие различные фонды:

Виды фондов:

- ✓ Фонд заработной платы;
- ✓ Фонд потребления;
- ✓ Амортизационный фонд;
- ✓ Фонд социально-экономического развития;
- ✓ Фонд материального поощрения;
- ✓ фонд развития научно-технического прогресса (НТП).

Существование различных фондов в экономике связано характером возникновения и использования их по назначению. В целом по характеру использования фондов можно отличать на постоянные (машины, оборудование, сооружения) и переменный капитал (заработная плата как стоимость рабочей силы), а массу прибыли, которая будет создана в экономическом круговороте капитала, определять через дополнительную продукцию. Тогда процесс создания дополнительной продукции в экономическом процессе будет выражена по формуле:

$$c+v+m, \text{ где}$$

$c$  – постоянный капитал,

$v$  – переменный капитал,

$m$  – масса прибыли.

Процесс создания массы прибыли (дополнительной продукции) излагается по формуле:

$$m = (c+v+m) - (c+v), \text{ где}$$

$(c+v+m)$  – цена товара (услуг),

$(c+v)$  – себестоимость товара (услуг).

Таким образом, по оценкам, если цена товара больше, чем себестоимость товара (услуг) будем иметь прибыль, то есть создаются дополнительные материальные блага.

При этом следует отметить, что с точки зрения общественного прогресса

более важное использование высокопроизводительных машин, оборудования, чем ручной труд, то есть ( $c > v$ , чем  $c < v$ ). Например, если в первом варианте  $c = 700$  тг.,  $v = 300$  тг., а во втором –  $c = 700$ ,  $v = 500$  тг.

$$E = (c + v) * K, \text{ где } (k = 0,8),$$

$K$ - коэффициент эффективности в ведущих отраслях, то приведенная эффективность равняется:

$$\text{вариант I, } E = (700 + 300) * 0,8 = 800 \text{ тг.,}$$

$$\text{вариант II, } E = (700 + 500) * 0,8 = 960 \text{ тг.,}$$

Таким образом, во втором варианте напрасно тратятся средства на создание материальных благ.

Если наоборот, это значит, что за единицу времени будет произведено как можно более и дешевле продукцию, чем при применении ручного труда, и люди имеют возможность заниматься воспитанием детей, творческими делами, искусством, а бизнес-структурам быстрее окупить затраты на инвестицию.

### **5.3. Источники финансирования бизнеса**

Финансовый менеджмент можно определить как организацию управления финансовыми потоками в целях наиболее эффективного использования капитала и получения максимальной прибыли. Начиная бизнес (дело), необходимо, прежде всего, решить вопрос об источниках финансирования.

Успешное развитие бизнеса во многом зависит от возможностей его финансирования, то есть привлечения достаточного капитала, необходимого на стадии организации и открытия дела (основной капитал) и в дальнейшем для финансирования и осуществления текущей деятельности предприятия (оборотный капитал).

Решение этой проблемы следует начать с осмысления следующих вопросов:

Для какой цели нужны финансовые ресурсы и на какой период (краткосрочный или долгосрочный)?

Когда и сколько нужно средств?

Можно ли получить необходимый капитал в рамках фирмы или прибегать к другим источникам?

Какие будут расходы при уплате долгов?

Когда можно ожидать возврата вложенных средств и получения дохода?

Какова будет величина этого дохода?

Тщательно взвесив возможные варианты, следует выбрать наиболее приемлемый источник получения финансовых ресурсов.

Источники финансирования обычно делят на две категории: собственные и заемные (табл.5.4).

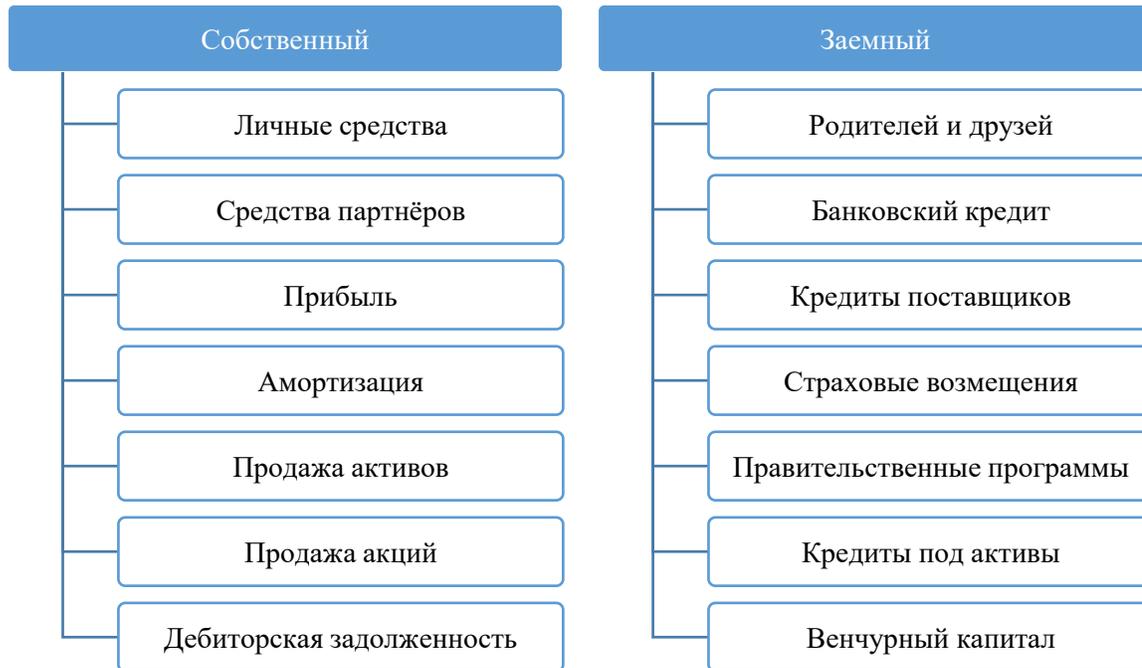


Рис. 5.4. Основные источники финансирования

Вполне закономерно и естественно, что самый простой и надежный источник финансирования развития бизнеса – собственные средства. В этом случае можно начать дело без промедления, причем начать с малого, постепенно приобретая опыт и накапливая средства для расширения дела. Собственный капитал - это сбережения или средства, полученные от продажи какой-либо собственности.

Создавая предприятие вместе с партнером, необходимо вступить с ним в официальные договорные отношения по размерам взносов, обязанностям и правам, а также конечной цели данного бизнеса. Важно только подобрать надежных людей, разделяющих ваши идеи.

По мере развития бизнеса в качестве собственных источников будут использоваться прибыль, амортизационные отчисления, средства, полученные от продажи акций (для акционерных обществ), активов предприятия, а также дебиторская задолженность.

Ссудные средства в отличие от собственных подлежат возврату. Одним из распространенных источников заемных средств для малого бизнеса есть средства родственников и друзей. Чтобы избежать денежных споров, а то и вражды на этой почве, лучше письменно зафиксировать этот факт в договоре.

Если для открытия бизнеса или ведения дела требуется большая сумма денег, то можно обратиться за кредитом. В зависимости от того, на какое время кредит берется, различают краткосрочные (до одного года), среднесрочные (от одного года до трех лет) и долгосрочные (от трех и более пяти лет) кредиты.

*Кредитование имеет две разновидности:*

1. кредитование деятельности хозяйствующего субъекта в форме прямой выдачи денежных ссуд (банковский кредит);

2. кредитование как разновидность расчетов, то есть расчетов по рассрочке платежей (торговый кредит).

Для получения кредита заемщик подает в банк (т.е. кредитору) заявление вместе с бизнес-планом и другие требуемые документы.

Получив документы, банк-кредитор оценивает кредитоспособность и платежеспособность данного заемщика. Затем заключается кредитный договор, в котором указываются: вид кредита, его сумма и срок, расчеты процентов и вознаграждений банка за расходы, связанные с выдачей кредита, вид обеспечения кредита и форма передачи кредита заемщику.

Важным условием выдачи кредита является его обеспечение. Обеспечение кредита – это ценности, служащие для кредитора залогом полного и своевременного возврата должником полученной ссуды и уплаты процентов. Основными видами обеспечения кредита могут служить поручительство, гарантия, залог и страхование ответственности заемщика за непогашение кредита. Поручителем или гарантом может являться любой хозяйствующий субъект (банк, предприятие, ассоциация и др.).

Банковский кредит выдается на определенный срок под кредитный процент. Он может выдаваться под долговое обязательство, именуемое векселем. Одна из форм банковского кредита состоит в том, что банк позволяет фирме тратить деньги сверх суммы на ее расчетном счете. Такой кредит называется овердрафтом, за него также уплачивается процент банка.

Следует отметить, что из-за действующих в настоящее время в Украине высоких процентных ставок пользование банковским кредитом для многих предприятий малого бизнеса не представляется возможным. При острой необходимости в средствах прибегают в основном к краткосрочным кредитам.

Торговый кредит, именуемый также коммерческим, заключается в том, что предприниматель приобретает товар с отсрочкой платежа.

Лизинг – форма долгосрочной аренды, связанная с передачей в пользование оборудования, транспортных средств и иного движимого и недвижимого имущества. Различают два вида лизинга: денежный и операционный.

Финансовый лизинг предусматривает выплату арендатором в течение действия контракта сумм, покрывающих полную стоимость амортизации оборудования или ее большую часть, а также прибыли арендодателя. По истечении срока действия контракта арендатор может:

- ✓ возвратят объект лизинга арендодателю;
- ✓ заключить новый контракт на аренду;
- ✓ купить объект лизинга по остаточной стоимости.

Лизинг – это эффективный способ финансирования для предприятий, не располагающих необходимыми средствами для капиталовложений в оснащение производства. Подобная ситуация характерна для малого бизнеса, имеющего, как правило, ограниченные средства.

Факторинг можно найти как деятельность специализированного учреждения (факторинговой компании либо факторингового отделения банка) по взысканию средств с должников от собственного клиента (промышленной либо торговой компании) и управлению его долговыми обязательствами согласно требованиями самой компании.

Франчайзинг – это система продажи лицензий (франшиз) на технологию и товарный знак. Система франчайзинга позволяет широко использовать ресурсы крупных предприятий для финансирования малого бизнеса.

Покупка франшизы выгодна, поскольку риск сравнительно мал. Вкладывая деньги во франшизу, вы добываете жизнеспособное предприятие, уже долгое время работавшее успешно.

Венчурный (рисковый) капитал обычно используется для финансирования крупными фирмами малых фирм-новаторов, занимающихся прежде всего вопросами новшеств, то есть инновацией.

До сегодняшнего времени отмечалось, что для малых фирм характерна простота управления, широкое пространство для личной инициативы, возможность проведения гибкой научно-технической политики, активное вовлечение в свою деятельность изобретателей. Многие из таких фирм вносят существенный вклад в инновационный процесс, разработку новой продукции и прогрессивных технологий.

#### **5.4. Планирование финансов**

Первая задача каждого предпринимателя – добиться наиболее прибыльного ведения дела за счет эффективного использования ресурсов предприятия. Эта цель может быть наилучшим образом достигнута путем составления

финансового плана (бюджета). Финансовый план включает:

- План доходов и расходов.
- Расчет точки безубыточности.
- Прогноз движения наличных денег.
- План доходов и расходов в бизнес-плане составляется по формуле, приведенной в подразделе 8.2.

Задача этого документа – показать, как будет формироваться, изменяться прибыль предприятия в течение первого года – ежемесячно, для второго – поквартально, для третьего – рассчитывая на год.

Таким образом, план о доходах и расходах представляет информацию о результатах работы фирмы по разным направлениям.

В процессе анализа деятельности компании, рассмотрения его денежного состояния нужно выделять переменные и неизменные издержки.

Переменные – это затраты, зависящие от объема реализации продукции, постоянные – не зависящие от этого объема.

Покупая автомобиль, вы производите постоянные затраты, поскольку его цена не зависит от того, будете ли вы пользоваться им каждый день или нет. А вот сумма, тратящаяся на бензин, колеблется каждый день в зависимости от того, как интенсивно вы используете машину. Итак, это – переменные затраты.

### **5.5. Определение уровня безубыточности**

Одним из эффективных методов анализа затрат является определение уровня безубыточности. Уровень безубыточности (или точка безубыточности) — это такой объем продаж, при котором доходы предприятия полностью покрывают его постоянные и переменные затраты, и прибыль равна нулю. Он показывает, сколько единиц продукции необходимо продать, чтобы предприятие не несло убытков. Точка безубыточности позволяет бизнесу оценить минимальный объем продаж, который необходим для того, чтобы покрыть все затраты и начать получать прибыль.

Безубыточность бизнеса – это уровень производства или сбыта, при котором финансовые поступления от продажи товара (услуги) равняются затратам, то есть минимальный уровень сбыта, при котором нет убытка (табл.5.5)

Таблица 5.5. Значения финансовой прочности (ЗФП) и эффективности производства

Параметр	Значение, \$
TFC- Постоянные расходы за месяц	Аренда помещений
	Зарплата персоналу
	Реклама
	Коммунальные услуги
	Итого
AVC _ Переменные расходы на единицу товаров	Материалы
	Оплата мастеру производства
	Итого
P- Цена единицы товара, \$	Средний показатель
ВЕР – В натуральный показатель	160 пар обуви в месяц
ВЕР - В денежном выражений	Общие затраты 3200 \$ в месяц
Примечание: заимствована из источника. Точка безубыточности <a href="https://www.alt-invest.ru/lib/breakeven_point/">//https://www.alt-invest.ru/lib/breakeven_point/</a>	

Точка безубыточности зависит от расходов, объёма производства товаров и полученных от их реализации средств.

Задача эффективного предпринимателя — пройти порог рентабельности как можно быстрее. Неспособность достичь точки безубыточности в разумные сроки может привести к неудаче в бизнесе.

Точка безубыточности не является фиксированным показателем и может меняться по мере изменения расходов и доходов. Бизнесу важно регулярно анализировать свою точку безубыточности, чтобы убедиться, что он функционирует эффективно.

Расчет точки безубыточности необходим как руководству компании, так и внешним экспертам для понимания целого ряда бизнес-процессов.

Внутренние аналитики используют методику расчета точки безубыточности для:

- определения минимального объема продаж, при котором предприятие начнет приносить прибыль;
- оптимальной себестоимости товаров при существующих ценах;
- обоснованного изменения ценовой политики.

Расчет точки безубыточности необходим, инвесторам и кредиторам для оценки компании. Отрыв бизнеса от точки безубыточности повышает его стабильность. Благодаря этой информации можно выяснить скорость развития предприятия (насколько быстро бизнес прошел порог рентабельности), его платежеспособность и устойчивость.

Величина отрыва от точки безубыточности называется запасом финансовой прочности. Данный показатель рассчитывается по формуле:

$$\text{ЗФП} = (\text{объем продаж} - \text{точка безубыточности в стоимостном выражении}) / \text{объем продаж}$$

Оптимальным значением является ЗФП от 0,5.

Точкой безубыточности может интересоваться государство, если речь идет о крупном бюджет образующем предприятии.

Момент пересечения порога рентабельности можно определить с помощью формул. Одна позволяет узнать объем продаж, при котором предприятие выходит в ноль, вторая — высчитать этот показатель в денежном выражении.

$$\text{BEP}_{(\text{нат})} = \text{TFC} / (\text{P} - \text{AVC})$$

$$\text{BEP}_{(\text{ден})} = \text{BEP}_{(\text{нат})} * \text{P}$$

В указанных формулах BEP (break-even point) — это и есть точка безубыточности.

Показатели, которые необходимы для расчета точки безубыточности приведены (рис.5.1).

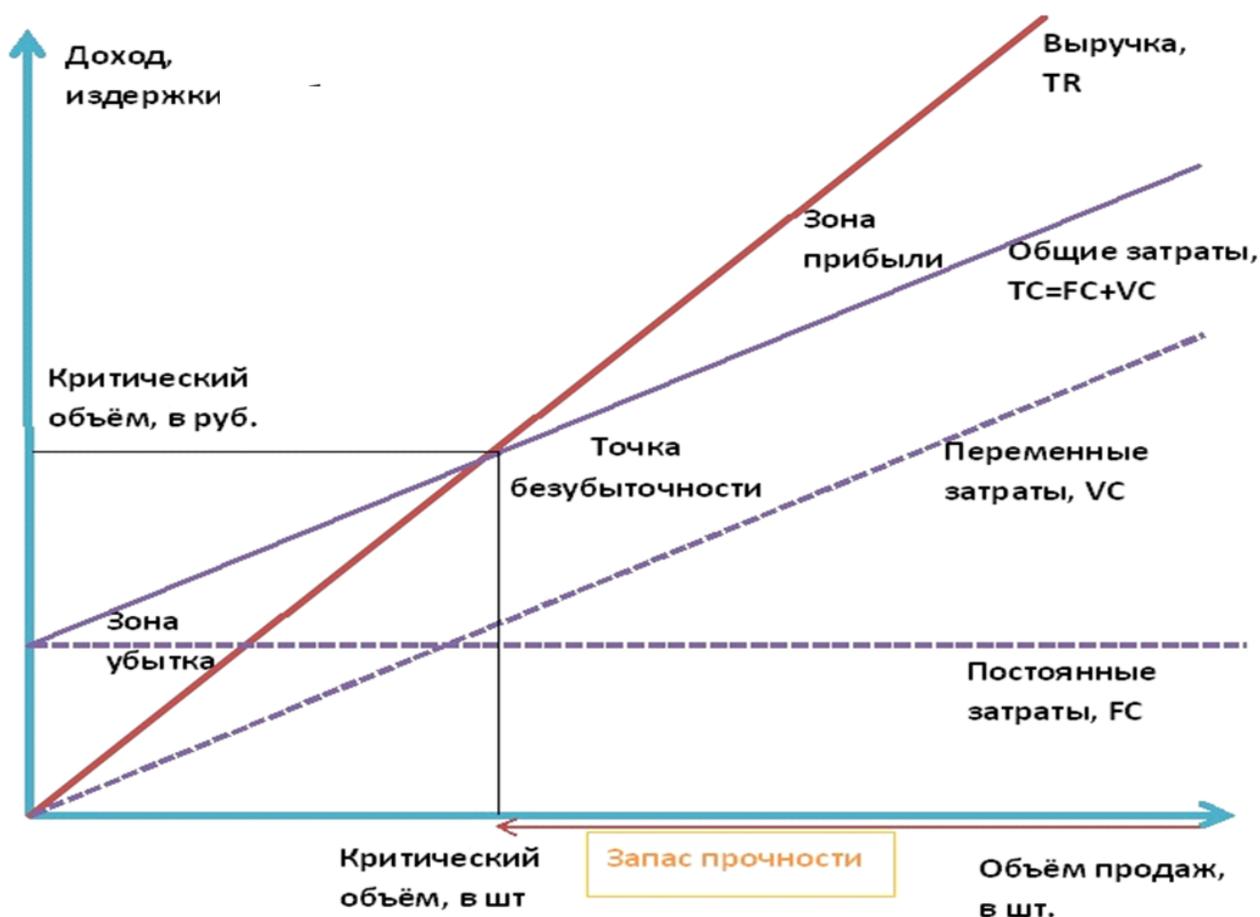


Рис.5.1. График безубыточности производства

- Постоянные расходы, *TFC* (*total fixed cost*), рассчитываются за месяц работы предприятия. Сюда входят аренда помещений, зарплата персоналу, коммунальные услуги, услуги связи и интернета, фиксированные налоговые отчисления. Постоянные затраты не зависят от объема продаж.
- Переменные расходы на единицу продукции, *AVC* (*average variable cost*). Называются так, потому что меняются в зависимости от объема произведенных и проданных товаров/услуг. Это затраты на сырье, сдельную оплату за выполненную работу, транспортные услуги.

- Цена реализации одного товара покупателю,  $P$  (*price*). Если производитель работает с линейкой товаров различной стоимости, высчитывается средняя цена.

Рассчитаем точку безубыточности для фабрики, которая производит обувь.

На фабрике делают обувь, которую продают по цене 20 долларов ( $P$ ).

Ежемесячно завод оплачивает аренду цехов и офисов (300 \$), коммунальные услуги (100 \$), зарплату офисному персоналу (200 \$), рекламу (200 \$). Итого: 800 \$. Это  $TFC$ , или постоянные расходы.

На изготовление одной пары обуви уходит 8 \$ на материалы и 7 \$ на оплату мастеру. Получаем  $AVC$  (переменные расходы) для одной единицы товара 15 \$.

Для вычисления точки безубыточности в натуральном эквиваленте (в парах обуви) сумму постоянных расходов ( $TFC$ ) разделим на стоимость единицы товара ( $P$ ) минус расходы на ее изготовление ( $AVC$ ).

$$BEP_{\text{(натуральный)}} = TFC / (P - AVC)$$

$$BEP_{\text{(натуральный)}} = 800 / (20 - 15) = 160 \text{ пар обуви/месяц}$$

Столько пар обуви нужно продавать предприятию при текущих затратах, чтобы выйти в ноль. Если объём продаж будет выше, фабрика начнет приносить прибыль.

Теперь мы можем рассчитать точку безубыточности в деньгах. Для этого полученное количество пар обуви умножим на среднюю цену.

$$BEP_{\text{(ден)}} = BEP_{\text{(нат)}} * P$$

$$BEP_{\text{(ден)}} = 160 * 20 = 3200\$$$

Мы получили размер выручки, при которой компания достигнет порога рентабельности.

Пример довольно упрощен: мы не учитывали налоги, амортизационные отчисления, покупку канцелярии и прочее. Но теперь вы знаете, как работает формула, и сможете самостоятельно рассчитать все свои показатели.

Для быстрого расчёта точки безубыточности можно использовать инструмент «Excel».

Предложенная методика поможет определить точку безубыточности и для бизнеса, который не изготавливает товары, а продает их (магазине) или оказывает услуги (парикмахерская). Для магазина объём производства заменяется на объём продаж, а для сервисной отрасли единица товара заменяется на услугу. Визуализировать точку безубыточности можно с помощью графика (рис. 5.3).

Анализ безубыточности бизнеса имеет очень важное значение, потому что позволяет убедиться, будет ли ваше дело прибыльным или убыточным.

На графике безубыточности отображены постоянные и переменные затраты, их нужно складывать. Суммарные затраты и находят точку, где график суммарных затрат пересекается с графиком доходов. Здесь по вертикали откладываются суммы доходов и затрат, а по горизонтали — объём производства в единицах.

Ясно, что извлечение прибыли в результате предпринимательской деятельности является обязательным условием функционирования предприятия в рыночной экономике.

Маркетинг – наука, изучает спрос и предложения на рынке с целью удовлетворения запроса населения. Практике маркетинговой деятельности в современном мировом хозяйстве имеет множество оттенков. Наряду с общим маркетингом существует несколько его подвидов: маркетинг услуг, «торговый» социальный маркетинг, международный маркетинг. Первым шагом маркетинговой деятельности является ее стратегическое планирование.

План – основной инструмент маркетинга. Он включает в себя 7 основных блоков:

- ✓ анализ возможностей фирмы, ее сильные и слабые стороны;
- ✓ определение конкретных задач, выдвигаемых фирмой на датированный период времени;
- ✓ установление целей маркетинговой деятельности;
- ✓ выработка стратегий маркетинга;
- ✓ тактика маркетинга;
- ✓ осуществление маркетинговых мероприятий;
- ✓ контроль результатов маркетинговой деятельности.

Стратегия маркетинга синтезирует пять основных задач: сегментацию рынка, выбор целевых рынков, выбор целевых методов и средств, а также выбор времени выхода на рынок. Сегментация рынка — это условное распределение его на специфические группы потребителей – сегменты, в основу сегментации могут быть положены: возраст, образование, национальность, местожительство, религиозные убеждения, уровень доходов, семейное состояние, наличие и возраст детей, род занятий.

Цель сегментации рынка состоит в нахождении оптимального сегмента или незанятой конкурентами ниши в потребительском спросе. Поэтому один из центральных лозунгов маркетинга говорит: «Не пытайся сбывать то, что удалось сделать, а веди то, безусловно, будет куплено».

Одной из важных функций маркетинга является организация производственной деятельности таким образом, чтобы цены товаров удовлетворяли и производителя, и покупателя. Вместе с тем цены не должны заметно отличаться от их уровня основных конкурентов. Наряду с внутренним маркетингом существует и международный, то есть вне национальных границ.

Классическая модель предпринимательского бизнеса – это:

- а) подражание лучшим образцам деятельности государственных предприятий;
- б) воспроизводство бизнеса по методу аналогов экономической деятельности;
- в) рыночная деятельность на основе детального бизнес-плана?

При этом можно использовать принципы франчайзинга с учетом мирового опыта.

***Контрольные вопросы:***

1. Какие признаки определяют успешность предприятия (фирмы) в бизнесе?
2. Что является основой создания материальных благ?
3. Какие экономические категории определяют прибыльность бизнеса?
4. Классификация источников финансирования бизнеса?
5. Какие затраты являются постоянными?
6. Какие затраты относятся к переменным?

**Тема 6. Концепция модели бизнеса (миссия, линия бизнеса)**

*Рассматриваются концепция развития бизнеса, основные подходы к определению пути развития бизнес структуры в рыночном пространстве, а также организационные основы поддержки бизнеса, принципы финансирования.*

***Основные вопросы:***

- 6.1. Концепция, миссия и модель развития бизнеса.
- 6.2 . Источники финансирования развития бизнеса и обоснование инвестиционных обязательств.
- 6.3. Составляющие для принятия инвестиционных решений.

#### 6.4. Санация и реструктуризация.

**Ключевые термины:** капитал, капитальные вложения, инвестиция, инвестиционное решение, санация, реструктуризация.

#### **6.1. Концепция, миссия и модель развития бизнеса**

Концепция модели развития бизнеса как экономическая категория предполагает обобщение совокупности теоретических и практических вопросов развития бизнеса на определенном рынке на основании тех правил, которые разработаны и приняты игроками на этом рынке. Поэтому концепция развития бизнеса на конкретном предприятии (компании) зависит от действующего законодательства и так построения модели рыночной экономики. Согласно Декларации Казахстана «О государственном суверенитете» (1990г.), политика государства в этом вопросе направлена на построение социально-ориентированной рыночной модели экономики. Это отмечает, что в государстве создаются равные условия для всех форм многоукладной экономики: (частной, государственной, коммунальной, смешанной формы собственности), а также другим субъектам хозяйствования (иностранным гражданам - «нерезидентам», фирмам, компаниям и т.п.), а также двухсторонними, или многосторонними договоренностями, условиями вступления Казахстана в все мировую торговую организацию (ВТО, 2015г.).

ВТО создает условия и украшает режим наибольшего благоприятствования внешней торговли, предоставляет широкие права и возможности субъектам предпринимательской деятельности в развитии бизнеса на внешнем рынке. Таким образом, концепция — это линия, выбранная предприятием (фирмой) для достижения определенной цели вместе со смежниками (партнерами). Она состоит из трех составляющих:

- 1) формирование цели;
- 2) выбор стратегии достижения цели;
- 3) выбор средств (источников финансирования) для прибыльности бизнеса.

Миссия бизнеса – это ответ на вопрос, почему и чем занимается бизнес, какова роль смежников, чего пытаемся достичь и какие проблемы будут решены отдельно взятой фирме и на рынке. Безусловная финансово – хозяйственная деятельность предприятия (фирмы) осуществляется при ограниченных материальных, финансовых и трудовых ресурсах. Поэтому основным вопросом остается где взять деньги для инвестиции, как эффективно организовать бизнес и достижение цели.

## **6.2. Источники финансирования развития бизнеса и обоснование инвестиционных обязательств.**

Основным источником ведения бизнеса являются собственные средства, а если не хватает, то надо думать, как привлечь заемный капитал и при каких условиях. Поэтому, начиная бизнес (дело), необходимо прежде всего решить вопрос об источниках финансирования. Успешное развитие бизнеса во многом зависит от возможностей его финансирования, то есть привлечения достаточного капитала, необходимого на стадии организации и открытия дела (основной капитал) и в дальнейшем для финансирования и осуществления текущей деятельности предприятия (оборотный капитал).

Решение этой проблемы следует начать с осмысления следующих вопросов:

1. Для какой цели нужны финансовые ресурсы и на какой период (краткосрочный или долгосрочный)?
2. Когда и сколько нужно средств?
3. Можно ли подобрать необходимого способа в рамках фирмы или придется обращаться к другим источникам?
4. Какие будут расходы при уплате долгов?
5. Когда можно ожидать возврата вложенных средств и получения дохода?
6. Какова будет величина этого дохода?

Тщательно взвесив возможные варианты, следует выбрать наиболее приемлемый источник получения финансовых ресурсов.

Источники финансирования обычно делят на две категории: собственные и заемные.

Самый простой и надежный источник – собственные средства. В этом случае можно начать дело без промедления, причем начать с малого, постепенно приобретая опыт и накапливая средства для расширения дела.

Собственный капитал - это сбережения или средства, полученные от продажи какой-либо собственности.

В мире развития бизнеса в качестве собственных источников будут использоваться прибыль, амортизационные отчисления, средства, полученные от продажи акций (для акционерных обществ), активов предприятия, а также дебиторская задолженность.

Ссудные средства в отличие от «собственных» подлежат возврату. Одним из распространенных источников заемных средств для малого бизнеса являются средства родственников и друзей. Чтобы избежать денежных споров, а то и вражды на этой почве, лучше письменно зафиксировать этот факт в договоре.

Если для открытия бизнеса или ведения дела требуется большая сумма денег, то можно обратиться за кредитом. В зависимости от того, на какое время кредит берется, различают краткосрочные (до одного года), среднесрочные (от одного года до трех лет) и долгосрочные (от трех до пяти лет) кредиты.

Кредитование имеет две разновидности:

- кредитование деятельности хозяйствующего субъекта в форме прямой выдачи денежных ссуд (банковский кредит);
- кредитование как разновидность расчетов, то есть расчетов по рассрочке платежей (торговый кредит).

Для получения кредита заемщик подает в банк (т.е. кредитору) заявку вместе с бизнес-планом и другие требуемые документы.

Получив документы, банк-кредитор оценивает кредитоспособность и платежеспособность данного заемщика. Затем заключается кредитный договор, в

котором указываются: вид кредита, его сумма и срок, расчеты процентов и вознаграждений банка за расходы, связанные с выдачей кредита, вид обеспечения кредита и форма передачи кредита заемщику.

Важным условием выдачи кредита является его обеспечение.

Обеспечение кредита – это ценности, служащие для кредитора залогом полного и своевременного возврата должником полученной ссуды и уплаты процентов.

Основными видами обеспечения кредита могут служить поручительство, гарантия, залог и страхование ответственности заемщика за непогашение кредита. Поручителем или гарантом может являться любой хозяйствующий субъект (банк, предприятие, ассоциация и др.).

### **6.3. Составляющие части для принятия инвестиционных решений**

Определенная концепция и миссия бизнеса базируется на трех составляющих:

- ✓ формирование цели;
- ✓ выбор стратегии достижения цели;
- ✓ выбор средств достижения цели, то есть принятие инвестиционных решений.

Инвестиция — это вложения капитала с целью его увеличения. Критерием выбора является:

- 1) окупаемость;
- 2) срок окупаемости с учетом дисконта;
- 3) возврат своевременно кредитору (кредит) с процентом;
- 4) условия заемщика приемлема с точки зрения изменяющихся ситуации и обязательств поручителя и т.д.

Для эффективного ведения бизнеса при ограниченных ресурсах необходима прибыльность (рентабельность) всех отраслей, если это не узко специализированная фирма, ассортимента производимой продукции.

Если на предприятии (фирме) при жестком, ограниченном финансировании, развития бизнеса необходимо проанализировать и произвести санацию или реструктуризацию.

Принятие инвестиционных решений включает в себя несколько ключевых составляющих, которые помогают эффективно оценить и выбрать наилучшие проекты для вложения капитала:

1. *Анализ рынка и внешней среды:* Оценка текущей ситуации на рынке, анализ конкурентов, спроса на продукцию или услугу, а также возможных рисков, связанных с изменениями в законодательстве или экономической ситуации.

2. *Финансовая оценка:* Рассмотрение финансовых показателей проекта, таких как ожидаемая доходность, срок окупаемости, внутренний коэффициент доходности (IRR), чистая приведенная стоимость (NPV), а также анализ ликвидности и финансовых рисков.

3. *Оценка рисков:* Оценка возможных рисков, связанных с инвестициями, включая рыночные, финансовые, операционные и политические риски, а также разработка стратегии по их минимизации.

Эти составляющие помогают инвестору принять обоснованное и взвешенное решение, направленное на максимизацию прибыли и минимизацию рисков.

#### **6.4. Санация и реструктуризация**

Санация – это система мер, направленных на закрытие убыточных внутренних подразделений предприятия (фирмы) с целью предотвращения банкротства. (меры: частичная или полная). Прочие подход перевода убыточных подразделений на хозрасчет, акционирование, продажу.

Реструктуризация – последовательность мер, направленных на оздоровление экономики предприятия (по срокам и имущественным вопросам и др.).

Банкротства (ликвидация) предприятия сложный много этапный процесс.

Ликвидация предприятия (фирмы) на острове банкротства, т.е. финансовой не состоятельности осуществляется специальным Законом «О банкротстве», где расписаны правила и порядок проведения ликвидации предприятия (фирмы).

В экономике финансовая не состоятельность государства называется «Дефолтом», то есть невозможность нести ответственность за свои финансовые обязательства перед другими государствами и международными организациями.

Модели деловой активности – ориентация на внутренний или внешний рынок, достижение лидерства на определенном рынке, построение социально-ориентированной модели рынка.

***Контрольные вопросы:***

1. Какие основные концепции развития бизнеса существуют, и как они влияют на стратегическое управление компанией?
2. Каковы ключевые подходы к определению пути развития бизнес-структуры в условиях рыночной конкуренции?
3. Что такое корпоративная стратегия, и как она соотносится с концепцией развития бизнеса?
4. Какие организационные основы необходимы для эффективной поддержки бизнеса на всех этапах его развития?
5. В чем заключается роль государственной поддержки бизнеса, и какие механизмы могут быть использованы для этого?
6. Каковы основные принципы финансирования бизнеса, и какие источники финансирования наиболее подходят для разных этапов развития предприятия?
7. Какие риски и преимущества связаны с различными подходами к финансированию бизнеса, например, за счет собственных средств или привлечения заемных средств?

## Тема 7. Управление рекламной деятельностью фирмы

*Рассматриваются роль и значения рекламы и рекламной деятельности в развитии бизнеса, сущность и методы организации управления рекламной деятельностью. Методы оценки рекламной деятельности и т.п.*

### **Основные вопросы:**

7.1. Организация рекламной деятельности

7.2. Виды рекламной деятельности.

7. 3. Управление рекламной деятельностью компании.

7. 4. Правила рекламы.

7 5. Способы оценки эффективности рекламы.

**Ключевые термины:** информация, реклама, рекламная деятельность, управление рекламной деятельностью.

### **7. 1. Организация рекламной деятельности**

В эффективном функционировании компании немаловажную роль играет рекламная деятельность. Реклама движущая сила торговли. В странах ЕС, в т.ч. Германии одна дойчмарка (или евро вложенная в рекламную деятельность дает четыре дойчмарки дохода. Следовательно, крупные торговые компании (фирмы) тщательно подходят к организации рекламного отдела.

При планировании бюджета фирмы выделяется значительная сумма денег, для проведения рекламных мероприятий. Рекламная деятельность включает: издания буклетов о привлекательности и полезных свойствах новых товаров;

Объявление в средствах массовой информации (газетах, телевидений); издания плакатов и размещения их в бикбордах; участие в городских, региональных, республиканских и международных выставках. Как правило, штат рекламного отдела состоит из опытного руководителя, продюсера с телекоммуникационным оператором (продюсер, оператор, инженер IT-ник,

технических работников по монтажу оборудования и т.д).

Малые фирмы, ограниченные бюджетным ресурсом, пытаются эту ответственную работу переложить на опытных работников из сотрудников. Особо крупные и малые фирмы также пользуются услугами специальных рекламных компаний.

Следует отметить, услуги рекламных компаний стоят не дешево, и не всегда удается определить эффективность подобных рекламных компаний. Как правило, опыт показывает, клиенты больше внимания обращают на качество товаров известных брендов торговой марки. Сфере автомобилестроения: Мерседес, БМВ, Ауди, Фольксваген, Тойота, Хонда, Хюнь-Дай, сфере сельхозтехники: Джон-Дир, Клаас, Вельмарт и др, в сфере текстильной и легкой промышленности безличия фирм и поставщиков, более того последние годы появляются новые бренды новых еще малоизвестных фирм, дизайнеров, учитывающие национальные мотивы, Продукты питания особая сфера забота государства и населения. Здесь появляются продукты питания и полуфабрикаты не только без «ГМО», но и не отвечающие ГОСТу, не качественные, просроченные неизвестных производителей. Поэтому необходимо обратить внимание Госорганов на непосредственные выполнения прямых обязанности. Ради коммерческой выгоды рекламные компании не имеют права рекламировать и указывать того, чего не может быть. За такие проделки производитель и рекламная компания должна нести ответственность согласно действующего законодательства Республики Казахстан.

## **7.2. Виды рекламной деятельности**

Реклама в средствах массовой информации, телевидении, организация наружных рекламных щитов, рассылка рекламных буклетов, бесплатная раздача, прайс листов, рекламных буклетов, организация выставок, участие в региональных, межрегиональных и республиканских, межгосударственных и международных выставках и экспозициях.

Организация отделов рекламы в большей степени связана с назначением менеджера по рекламе в малых формах бизнеса и оценке их результатов труда.

Общие требования: честность, внимательные отношения к клиентам, партнерам по бизнесу. Хорошая деловая репутация (это комплекс социально-правовых мер, направленных на укрепление репутации фирмы на рынке и среди партнеров).

Виды рекламы: Специалисты считают, что первая в мире реклама появилась на рубеже XV и XVI вв. Венецианский издатель амуниций (тот самый, который ввел в своих книгах запятые; до него существовали только два знака препинания - точка и двоеточие; он также первым ввел в книгах содержание) начал вывешивать у входа в свой книжный магазин заглавный лист («титул») новых книг, а иногда и их содержание. Покупатель мог сразу же сориентироваться, нужна ли ему данная книга, есть ли смысл покупать эту книгу, стоит ли вообще заходить в магазин.

Что же представляет собой и как «делается» реклама сейчас.

Можно выделить несколько видов рекламы в зависимости от того, какой признак положен в основу классификации рекламы.

Исходя из целей продвижения, обусловленных стадиями жизненного цикла товара, степенью готовности основной массы потребителей к покупке, выделяют следующие виды рекламы:

1. Информативная реклама – ее основной задачей является донести до потребителей информацию о товаре, услуге, предприятии и их характеристики, достоинствах, новшествах.

2. Увещательная реклама – наиболее агрессивный вид рекламы, основной задачей которого является убеждение покупателя купить именно данный конкурентный товар (услугу), а не товары (услуги) конкурентов.

3. Сравнительная реклама – разновидность увещательной рекламы, основанной на сравнении рекламируемого товара (услуги).

Реклама, напоминающая – основной задачей выявляет информация. Напоминание потенциальным потребителям о существовании определенного товара (фирмы) на рынке и о его характеристиках.

3. Подкрепляющая реклама – разновидность напоминающей. Призвана поддержать потребителей, уже купивших товар, убедить их в правильности сделанного ими выбора в надежде на повторные закупки этого товара с их стороны. В зависимости от используемых средств рекламы (распространена) различают:

1. Рекламные обращения в печати.
2. Теле-, радио- и кинорекламу.
3. Рекламно-коммерческую литературу (каталоги, справки, буклеты).
4. Наружные экспозиции (щиты, плакаты, вывески).
5. Рекламу на транспортных средствах и транспортных сооружениях.
6. Прямую почтовую рекламу (рассылка рекламы по почте).

Планируя рекламную кампанию, необходимо принять три типа решений:

- о разработке рекламного бюджета;
- о содержании и форме рекламного обращения;
- о выборе и использовании средств распространения информации.

Рассмотрим два последних типа рекламных решений.

Форма обращение клиентам (покупателям) должна быть не навязчивой, при этом помнить на каждый товар есть свой покупатель.

Другая форма - не следует забывать и злоупотреблять мнением, хороший товар всегда найдет своего покупателя. Без рекламы, качественный товар может залежаться, и потребует проведение «Акций» по снижению цены на определенный срок. Особенно это касается реализации товаров сезонного характера, путем объявления о снижении цен на товары через телевидения, радио, мегафонов на рынке.

### 7.3. Управление рекламной деятельностью компании

Выбор темы и девиз рекламной деятельности фирмы следует начать с обоснования основных вопросов. Очень часто в планировании – рекламной деятельности кампании допускается серьезная ошибка: рекламодатели с самого начала увлекаются разработкой отдельных рекламных элементов, в то время как разработка рекламного обращения должна начинаться с определения рекламной идеи, строгой рекламной концепции, или рекламной темы.

С другой стороны, реклама должна соответствовать целям рекламной кампании, то есть (услуги, направлению специализации фирмы), которая рекламируется, должна проследивать течение всей рекламной кампании.

Как правильно выбрать рекламную тему?

Первый этап разработки темы основан на строгом прохождении закона, который мы назовем первым законом - излюбленность товара.

Второй закон. В силу привычности для производителя своему товару или услуге можно упустить из виду свойства, которые способны привлечь потребителей и стать основой рекламной кампании. В этом законе необходимо составить перечень всего того, что продавец товара может предложить.

Допустим, что ваша маленькая компания выпускает мебельные столовые и кухонные наборы. Составим список ваших предпочтений:

Фирма производит стулья обеденного набора, в том числе резные;

Кухонные табуреты, столы, а также кухонные диваны типа «уголок»;

Мебель изготавливается из лучших сортов дерева, для кухонных столов возможна замена полированной деревянной крышки на крышку из дерева, покрытого пластмассой;

Обивка, по желанию клиента, из кожи или кож заменителя, для кухонных наборов возможна также замена тканью;

Мебель собирается из стандартных деталей, которые могут быть соединены в разные конструкции;

После машинной обработки каждая деталь проходит тщательную проверку и при необходимости доказывает ручную (так производятся полировка, сборка, обивка);

Возможное изменение изделий по индивидуальным требованиям заказчика;

1. Фирма может произвести сборку и подгонку мебели дома по образцу, выбранному заказчиком в магазине.

2. После составления перечня нужно изучить выгоды либо мотивы, которые сумеют побуждать потребителя приобрести продукт, то есть провести мотивационный анализ. В ходе мотивационного анализа изготовитель, встав на точку зрения потребителя, должен ответить на вопросы:

- Почему на месте потенциального потребителя я бы воспользовался этим товаром, услугой?

- Что в данном товаре я мог бы найти для себя?

- Почему мне следует отказаться от ныне используемого метода, товара, поставщика в пользу этого товара?

- Что убедило бы меня совершить покупку – цена, качество, надежность, удобство, дизайн?

- Что мне препятствует в совершении покупки?

3. В нашем примере с мебелью, потребитель должен понять, что фирма выпускает нечто среднее между изделиями массового производства и ручной работы. В ходе мотивационного анализа можно выделить основные мотивы, приводящие к совершению покупки:

- Мотивы, связанные с материалами, из которых производятся мебель;

- Мотивы, связанные с методами производства изделий;

- Мотивы, связанные с престижем, основанным на том, что ваша;

- Мебель носит уникальный характер из-за возможности ее конструирования по индивидуальным требованиям потребителей;

4) Мотив, связанный с доступностью по ценам, так как из-за возможности

замены изделия могут продаваться в широком ценовом диапазоне;

5) Мотивы, связанные с удобством приобретения: потребитель делает только заказ в магазине по образцу с внесением своих дополнительных требований, все остальное – производит, доставляет, устанавливает фирма. В ходе мотивационного анализа нужно учесть два момента.

Во-первых, результаты этого анализа следует периодически проверять путем опроса потребителей для того, чтобы избежать ошибок.

К примеру, компания «Дюпон» в течение долгого времени при рекламировании сковороды с тефлоновым покрытием считала, что основным мотивом, приводящим к покупке, является то, что приготовление пищи на этих сковородах не требует ни одного грамма масла. Однако впоследствии выяснилось, что основным стимулом к их покупке послужило то обстоятельство, что сковородки с таким покрытием легко моются. Это привело к изменению темы рекламной кампании, что значительно повысило ее эффективность.

Во вторых, в ходе мотивационного анализа следует также учитывать, что мотивы совершения покупок очень часто носят иррациональный характер, то есть, который не может быть объяснен с позиций элементарной человеческой логики. Рассмотрим это на примерах.

Пример 1. Фирма, производящая бочки из дюралюминия, обратилась в институт маркетинга, чтобы изучить возможности продажи своей продукции. Опрос покупателей показал, что технические специалисты предпочитали «стальные» бочки, чем пластиковые.

#### **7.4. Правила рекламы**

Определив цели и задачи рекламы, выбрав тему, лозунг и образ рекламной кампании, найдя все возможные «прелести» и пути завоевания доверия, можно переходить непосредственно к написанию самого текста рекламы. Здесь следует точно соблюдать правила рекламы. Предлагаем вам «версию» правил рекламы, блестяще изложенных в книге Г. Картера «Эффективная реклама».

1. Высказывайтесь просто.
2. Никогда не затуманивайте свою аргументацию сложностью рассуждений.
3. Упрощайте и обостряйте мысли. Везде, где это можно, пользуйтесь обычными словами и краткими предложениями, содержание которых может сразу «схватить» любой человек.
4. По возможности избегайте технического жаргона.

Правило стабильности. В течение рекламной кампании нельзя менять основную рекламно-коммерческую тему и соответствующие ей девиз (слоган) и образ.

Если время от времени менять тему, девиз и образ, то можно сбить с толку потребителей: они могут запомнить название фирмы, но не смогут запомнить ее основное преимущество, то есть будут рассматривать фирму не как уникального поставщика (достижение этого является целью любой рекламы), а в качестве рядового участника рынка.

Кроме того, одна тема кампании позволяет сделать ее более экономичной. Помните, что к постоянно меняющейся рекламе никто не сможет привыкнуть и она не достигнет цели. Значит ли это, что реклама абсолютно негибкая? Нет. Модификации в рекламе могут и обязаны быть, но в рамках одной рекламно-коммерческой темы.

### **7.5. Способы оценки эффективности рекламы**

После «запуска» рекламной кампании и вплоть до ее окончания следует постоянно следить за действенностью рекламы. Зачем? Чтобы вовремя откорректировать ход кампании, чтобы она в конечном счете достигла цели. Существует множество способов оценки эффективности рекламы. Рассмотрим некоторые из них.

Тесты на узнавание рекламы. Пролистывая вместе с обследуемым человеком ранее виденный им журнал, интервьюер выясняет какие рекламные

объявления кажутся ему знакомыми. Положительное это метод заключается в минимальных затратах, отрицательное - в крайней ненадежности и нищете получаемой с его помощью информации.

Тесты на запоминание рекламы. Человека, заявившего, что он видел данную рекламу, просят рассказать о ней подробнее, проверяя тем самым запоминаемость рекламы.

Опрос мнений и отношений.

Возможны простые вопросы типа: «нравится ли вам эта реклама?», «интересна ли она вам?», «доверяете ли вы ей?».

Тесты на словесные ассоциации.

Если те или иные слова из проекта рекламного сообщения, предлагаемые в случайной последовательности среди других слов, вызывают у людей неверные или нежелательные ассоциации, они исключаются из рекламы.

Тесты, опросы об имидже фирмы. Задаются вопросы о том, как потребители относятся к определенной фирме, которые видят в ней преимущества и недостатки.

Анкетный опрос о качестве и эффективности рекламного объявления.

Потребителей просят оценить в баллах такие качества объявления, как способность его привлечь внимание, вызвать желание прочесть до конца, информативность рекламы, действие воздействия на эмоции, убедительность

аргументации, насколько хочется последовать советам, данным в этом объявлении.

Экспериментальный способ. Наиболее эффективен. В этом случае фирма подбирает несколько сравнимых небольших пробных рынков, в каждом из которых затраты на рекламу составляют одинаковый процент всех продаж фирмы на данном рынке. Затем в одной трети рынка затраты на рекламу уменьшаются на определенный промежуток времени.

Предположим, что ваша фирма рекламирует новый пакет программного

обеспечения ЭВМ для ведения бухгалтерского учета на предприятиях. Вы можете опубликовать рекламное объявление на 1/4 полосы либо в общедоступной ежедневной газете, либо в ежемесячном экономическом рекламном журнале. Какой канал для распространения информации выбрать?

Стоимость рекламы учитывается двояким образом:

1. Общие расходы на рекламу. Допустим, что рекламное объявление размером в 1/4 полосы в ежедневной газете стоит 5,0 тыс. тг., а в экономическом рекламном журнале – 25,0 тыс. тг.

Рекламные расходы (стоимость рекламы) в расчете на тысячу читателей рассчитываются по формуле:

$$\text{Рек1} = 5,0 / 1000 = 5,0 \text{ тг.}$$

$$\text{Рек2} = 25 / 1000 = 25,9 \text{ тг.}$$

Стоимость рекламы общие затраты на рекламу на тысячу читателей (зрителей, слушателей) умноженное на тираж издания (или зрительская аудитория), Читательская (слушательская) аудитория, тыс. человек. В нашем случае цена рекламы в газете составит 10,0 тыс.тг. на тысячу человек при тираже 500 тыс. экземпляров, а стоимость рекламы в журнале (Реклама в журнале «Премейер» №2) составит 50,0 тыс. тг. на тысячу человек при тираже 50,0 тыс. экземпляров.

***Контрольные вопросы:***

1. Какую роль играет реклама в развитии бизнеса?
  2. Какие виды рекламной деятельности существует?
  3. Назовите правила организации рекламных услуг?
  4. Назовите методы оценки эффективности рекламной деятельности?
1. Какие основные цели рекламной деятельности компании и как они влияют на общую стратегию бизнеса?
  2. Что такое целевая аудитория в контексте рекламной кампании, и как ее определение влияет на выбор рекламных каналов?

3. Какие виды рекламных стратегий могут быть использованы для повышения узнаваемости бренда, и чем они отличаются друг от друга?
4. Какие ключевые показатели эффективности (KPI) используются для оценки успешности рекламных кампаний?
5. Каковы основные этапы разработки рекламной кампании, начиная от планирования и заканчивая анализом результатов?

## **Тема 8. Оценка эффективности предпринимательской деятельности**

*Рассматриваются роль и значения предпринимательской деятельности в развитии бизнеса, показатели эффективности торговли, сущность и методы организации бизнеса. Методы оценки предпринимательской деятельности и т.п.*

### **Основные вопросы:**

8.1. Показатели, отражающие эффект от предпринимательской деятельности.

8.2. Методика определения общих показателей экономической эффективности малого и среднего бизнеса

**Ключевые термины:** производительность труда, фондоотдача, водоёмкостью производства, себестоимость, рентабельность, окупаемость капитальных вложений, норма доходности.

### **8.1. Показатели, отражающие эффект от предпринимательской деятельности**

Общий экономический результат (эффект) от деятельности малого и среднего бизнеса можно определить одним или несколькими показателями.

Для субъекта предпринимательской деятельности важным показателем результата (эффекта) является общий доход, полученный им в течение

определенного периода (месяц, квартал, полугодие) и исключение за финансовый год. Что касается сельскохозяйственных предприятий, то такой период, как правило, составляет финансовый год, или при планировании биологический год (от урожая до урожая). В конечном счете, общий доход субъекта малого и среднего бизнеса на селе за определенный период в рыночных условиях характеризуется объемом увеличения его экономических выгод в виде поступления активов или уменьшения обязательств, приводящих к росту собственного капитала (кроме роста капитала через дополнительные инвестиции за счет собственников):

$$E1=K2-K1, \quad (1)$$

где  $E1$  – общий доход субъекта малого и среднего бизнеса в рыночных условиях;

$K1$  и  $K2$  - собственный капитал субъектов малого и среднего бизнеса соответственно в предыдущем ( $K1$ ) и отчетном ( $K2$ ) периодах (без капитала, который увеличился за период вследствие дополнительных взносов собственников бизнеса в уставный фонд предприятия).

Показатель эффекта, характеризующийся приростом капитала, получил распространение в рыночных экономиках странах с развитым фондовым рынком. Инвесторы вкладывают средства в ценные бумаги с целью увеличения капитала, что достигается при покупке ценной бумаги по минимальной цене и продаже ее по более высокой.

В показателе дохода ( $E$ ) отражается экономический эффект, который в процессе перераспределения финансовых результатов используют собственники бизнеса (доход на вложенный капитал), работники предприятия (заработная плата, премии), государство (налоги и сборы в государственные фонды) и органы местного самоуправления (местные сборы и налоги). Следовательно, в создании нормальных условий ведения малого и среднего бизнеса на места должны быть заинтересованы не только собственники, но и работники, государство и органы

местного самоуправления. Субъектов малого и среднего бизнеса также интересует доход, остающийся у них до распределения и определяется прежде всего разницей между общим доходом (выручкой) от реализации продукции (Д) и затратами на ее производство (В):

$$E_2 = Д - В \quad (2)$$

При определении показателя экономического результата деятельности малого и среднего бизнеса целесообразно использовать отдельные его разновидности.

Общий вариант формулы (2) может применяться для определения показателя эффекта от производства товарной продукции в личных хозяйствах сельского населения, не являющихся юридическими лицами.

Если в формуле (2) к затратам на производство (В) зачисляются затраты на заработную плату работников и амортизацию, то экономический эффект (E<sub>3</sub>) характеризуется суммой прибыли (П), т.е. – шести предприятий (фирм), которые имеют собственные основные средства и выплачивают заработную плату работникам. Указанное касается также реорганизованных коллективных предприятий или их правопреемников, арендующих имущество, составляющее паевые фонды бывших членов акционерного общества. В этом случае в составе расходов отражается не амортизация, а арендная плата.

## **8.2. Методика определения общих показателей экономической эффективности малого и среднего бизнеса**

В экономике прибыль рассматривается как обобщающий показатель финансового результата хозяйственной деятельности предприятий, в частности малого и среднего бизнеса на селе. Различают прибыль бухгалтерскую и экономическую.

Чистая учетная (бухгалтерская) прибыль определяется уменьшением

стоимости реализованной продукции (услуг) на сумму затрат на производство этой продукции; экономическая прибыль — разница между чистой учетной (бухгалтерской) и нормой прибылью; норма прибыли характеризуется размером прибыли на капитал в виде процента. Следовательно, экономическая прибыль возникает тогда, когда общая выручка превышает сумму затрат предприятия на получение и выплат собственникам бизнеса нормального процента на вложенный ими капитал.

В малом бизнесе, в частности в крестьянских хозяйствах, их владельцы являются основными или (I) единственными исполнителями работ, однако не получают заработную плату. В этом случае показатель чистого дохода фермера (E3) содержит возможную заработную плату, например, фермера, а также экономию расходов по начислениям на заработную плату. При этом:

$$E3 = П + Зп, \quad (3)$$

где Зп – условная заработная плата фермера с начислениями на нее.

Возможность применения субъектами малого бизнеса методов ускоренной амортизации обуславливает целесообразность использования в оценках разновидности показателя общего эффекта, характеризующегося суммой прибыли и амортизации.

$$E4 = П + А, \text{ или } E4 = Д - (В - А). \quad (4)$$

При этом амортизация рассматривается как условные затраты, относимые к себестоимости продукции и обеспечивающие возврат владельцам бизнеса инвестиций, осуществленных в предыдущие периоды.

Следует учитывать, что при применении методов ускоренной амортизации объем показателя общего эффекта будет занижен, что может повлечь за собой неправильный вывод о сравнительно более низком уровне эффективности бизнеса. Поэтому для обеспечения сопоставимости показателей эффект (E4) определяют по формуле (2), увеличив его на сумму дополнительно начисленной амортизации по сравнению с базовым методом.

В случае необходимости формулы (3) и (4) объединяют, тогда эффект характеризуется суммой денежного потока:

$$E5 = \Pi + 3\Pi + A. \quad (5)$$

Следовательно, при определении требуемого размера экономического эффекта по данным отчетности важно правильно установить суммы дохода (выручки) от реализации продукции (товаров, других активов) и расходов.

Расходы характеризуют уменьшение экономических выгод в виде выбытия активов или сокращение обязательств, приводящих к уменьшению собственного капитала (за исключением уменьшения капитала за счет его изъятия или распределения между собственниками).

Субъектам малого и среднего бизнеса целесообразно применять этот показатель в случае их кризисного состояния. Он свидетельствует о финансовой возможности предприятия отвечать по внешним обязательствам в кризисном состоянии, то есть возможность на время сохранить предприятие от банкротства.

Однако в оценке эффективности предпринимательской деятельности важнейшее значение имеет доход, остающийся у предпринимателей для использования после вычета соответствующих налогов, сборов, скидок и т.д., то есть прибыль после налогообложения (чистый доход). Этот показатель эффекта характеризует стоимость, реально получаемую собственниками бизнеса или субъектами предпринимательской деятельности и может использоваться на производственные нужды или изыматься из бизнеса.

Условия ведения малого и среднего бизнеса постоянно меняются. Поэтому ежегодно субъекты предпринимательской деятельности решают вопросы возможности расширения или сокращения масштабов бизнеса (объемов производства продукции). Экономическую эффективность малого и среднего бизнеса рассмотрим ниже.

При обосновании решений относительно целесообразности расширения масштабов выпуска продукции (коммерческий подход) применяют показатель

предельного маржинального дохода (Дг), характеризующийся рыночной ценой и полной коммерческой себестоимостью продукции. Если коммерческая цена равняется до полной коммерческой себестоимости продукции (В), то нет смысла к расширению производства, так как предельные доходы Дг- минимальны, или отсутствуют.

При расширениях масштабов выпуска продукции (коммерческий подход) используют показатель граничного маржинального дохода (Дг), характеризующийся рыночной ценой и полной коммерческой себестоимостью продукции. Если коммерческая цена равняется до полной коммерческой себестоимости продукции (В), то нет

***Контрольные вопросы:***

- Какие показатели свидетельствуют об эффективности бизнеса?
- Назовите методы определения общей экономической эффективности малого и среднего бизнеса?
- Какие виды себестоимости существуют?
- Какой вид себестоимости используется при определении прибыли?
- Как определяется рентабельность продукции?

## **Тема 9. Государственное регулирование бизнеса**

*Рассматриваются главные вопросы и необходимость государственного регулирования бизнеса. Негативные процессы происходящие в бизнесе. Механизмы, методы и формы государственного регулирования развития малого и среднего бизнеса.*

***Основные вопросы:***

9.1. Необходимость государственного регулирования бизнеса. Механизм, методы и формы государственного регулирования бизнеса.

9.2. Государственная поддержка развития бизнеса в Казахстане.

9.3. Борьба государства с преступностью в сфере теневой экономики.

**Ключевые термины:** государственное регулирование, государственное поддержание, система мер, регулирование развития малого и среднего бизнеса.

### **9.1. Необходимость государственного регулирования бизнеса: механизмы, методы и формы государственной регуляции бизнеса**

Государственное регулирование бизнеса является важным инструментом обеспечения стабильности, справедливости и развития экономики страны. В Казахстане, как и в других странах, государственное регулирование бизнеса направлено на создание условий для устойчивого роста экономики, защиты интересов потребителей, улучшения инвестиционного климата и обеспечения социальной справедливости.

Механизмы государственного регулирования бизнеса в Республике Казахстан:

1. *Законодательные меры* — создание и принятие законов и нормативных актов, которые регулируют экономическую деятельность.

2. *Регулирование с помощью госорганов* — деятельность государственных органов, направленная на контроль и управление рынком, включая такие органы, как Министерство национальной экономики, Комитет по регулированию естественных монополий, агентства по защите конкуренции и другие.

3. *Финансовые и налоговые механизмы* — налоговая политика, льготы, субсидии и дотации, создание специальных экономических зон (СЭЗ) и другие финансовые инструменты.

4. *Антимонопольная политика* — направлена на предотвращение монополизации рынка и недобросовестной конкуренции. Это включает как законодательные инициативы, так и работу специализированных

государственных органов, таких как Агентство Республики Казахстан по защите и развитию конкуренции.

5. *Контроль качества и безопасности продукции* — государственный контроль за качеством товаров и услуг, экологическими стандартами, стандартами безопасности труда и потребительскими правами. Например: «Комитет технического регулирования и метрологии Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан»

Методы государственного регулирования бизнеса:

1. *Прямое регулирование* — это установление жестких правил и стандартов для ведения бизнеса. Например, требования к экологической безопасности, санитарно-эпидемиологические нормы, стандарты качества и т.д.

2. *Налоговое регулирование* — внедрение системы налогообложения, включая налоговые льготы для отдельных отраслей или регионов, для стимулирования бизнеса и привлечения инвестиций.

3. *Квоты и лицензирование* — например, установление квот на производство определенных товаров или лицензирование для ведения бизнеса в специфических отраслях, таких как нефтегазовая промышленность, фармацевтика, банковский сектор.

4. *Государственные закупки и контракты* — создание программ и механизмов для привлечения бизнеса к участию в государственных закупках. Это может быть инструментом стимулирования развития отдельных отраслей.

5. *Меры антикризисного регулирования* — в случае экономических кризисов, государство может применить экстренные меры, такие как финансовые вливания, субсидии, кредитование и другие формы поддержки.

В мае 1994г. Кабинетом Министров Казахстана утвержден Положение о порядке выдачи субъектам предпринимательской деятельности специальных разрешений (лицензий) на осуществление отдельных видов деятельности. К примеру, деятельность по изготовлению ценных бумаг лицензирует Минфин,

аудиторскую деятельность - Аудиторская палата Казахстана и др.

Государство не устанавливает ограничений на виды форм предпринимательства: оно осуществляется в любых организационных формах по выбору предпринимателя (ст. 5 Предпринимательский Кодекс РК, 2015г.). Известны следующие формы предпринимательства: частным, осуществляемым частным лицом на основе личного имущества и любых форм привлечения имущества других физических и юридических лиц коллективной, осуществляемой группой граждан на основе собственного имущества и привлечения имущества других физических и юридических лиц контрактная осуществляемая руководителем предприятия на основе контракта заключенного с собственником имущества или уполномоченными им лицами.

Из характеристик и форм предпринимательства следует, что предпринимателя нельзя отождествлять только о частном владельце, как это иногда понимают, потому что субъектами предпринимательства, независимо от форм собственности могут быть любые правомочные граждане Казахстана или другого государства, а также группа граждан ( партнеров), то есть коллективный предприниматель.

Следовательно, государственное предприятие также может (и в условиях рынка) заниматься предпринимательской деятельностью. Их деятельность также регулируется государством на основе действующего законодательства.

Предпринимательский Кодекс также регулирует права наемных рабочих и предпринимателей. Так, для осуществления предпринимательской деятельности предприниматель имеет право заключать с гражданами договора (контракты, соглашения) об использовании их труда» в которые оговорены условия и охрана труда, его оплата не ниже установленного государством

уровня (минимальной заработной платы), а также социальные гарантии, включая социальное и медицинское страхования и социальное обеспечение. Предпринимателям, независимо от избранных ими форм предпринимательской

деятельности, государство гарантирует одинаковые права и условия для доступа к материально-техническим, финансовым, трудовым» информационным, природным и другим ресурсам» а также неприкосновенность имущества! и обеспечение права собственности предпринимателя. Например, ущерб причиненный предпринимателю в результате юридическими лицами или государственными органами его имущественных прав, компенсируется предпринимателю в соответствии с законодательством.

Государственное регулирование бизнеса в Казахстане направлено на создание условий для роста экономики и повышения конкурентоспособности страны. Используемые механизмы, методы и формы регулирования обеспечивают эффективную поддержку бизнеса, создание справедливых условий для ведения предпринимательской деятельности, а также защиту интересов потребителей и работников.

## **9.2. Государственная поддержка развития бизнеса в Казахстане**

Государственная поддержка развития бизнеса в Казахстане играет ключевую роль в создании благоприятной предпринимательской среды, привлечении инвестиций, увеличении числа рабочих мест и повышении конкурентоспособности экономики страны. В последние годы Казахстан активно внедряет различные меры и программы для стимулирования бизнеса, особенно малого и среднего, а также для поддержания инновационных, экспортно-ориентированных и высокотехнологичных отраслей.

Основные направления государственной поддержки бизнеса в Казахстане:

### **1. Финансовая поддержка:**

✓ *Государственные программы субсидирования:* В рамках различных программ, таких как «Дорожная карта бизнеса-2025», «Новый экономический рост», государство предоставляет субсидии на определенные расходы, например, на оплату процентов по кредитам для малого и среднего бизнеса (МСБ).

✓ *Государственные гранты:* Предоставляются для инновационных проектов и стартапов. Это средства, которые не нужно возвращать, и они могут быть использованы для разработки новых продуктов или внедрения новых технологий.

✓ *Кредитование и микрофинансирование:* Через различные государственные банки и финансовые институты предприниматели могут получить льготные кредиты с низкими процентными ставками и улучшенными условиями для малого и среднего бизнеса.

✓ *Реализация программы льготного кредитования:* Включает в себя доступ к кредитам с государственной поддержкой для малого и среднего бизнеса, а также финансовую помощь для предприятий в трудных экономических условиях.

## 2. Налоговые льготы и упрощение налоговой системы:

✓ *Налоговые льготы для отдельных отраслей:* В ряде случаев малый и средний бизнес может получать налоговые каникулы, льготы по налогу на прибыль, налоговому администрированию в определенные периоды. Например, компании, занимающиеся производством высокотехнологичной продукции, могут воспользоваться налоговыми преференциями.

✓ *Упрощенная налоговая система:* В Казахстане существует система упрощенного налогообложения для малого бизнеса, что позволяет упростить процесс ведения учета и снизить налоговую нагрузку.

## 3. Поддержка инноваций и высокотехнологичных отраслей:

✓ *Инновационные и технологические парки:* Государство создает специальные зоны, такие как Технологический парк в Алматы и другие аналогичные структуры, для поддержки стартапов и инновационных компаний. Предприятия, которые работают в таких зонах, могут получать налоговые льготы и доступ к инфраструктурным и образовательным ресурсам.

✓ *Государственная программа «Цифровизация экономики»:* Программы, направленные на развитие цифровых технологий в бизнесе, поддерживают стартапы в сфере IT, а также технологические компании, работающие в области искусственного интеллекта, блокчейна и других современных технологий.

✓ *Национальная палата предпринимателей (НПП):* Организация активно содействует бизнесу в области инновационных проектов, консультациями по различным государственным программам поддержки, а также помогает бизнесу выходить на международные рынки.

#### **4. Государственные закупки и участие в тендерах:**

✓ *Участие бизнеса в государственных закупках:* Развитие бизнес-среды поддерживается через программы государственных закупок, которые обеспечивают бизнес возможностями для участия в тендерах на выполнение государственных контрактов.

✓ *Платформа электронных закупок:* Государственная электронная торговая площадка облегчает доступ предпринимателей к участию в государственных закупках, а также снижает коррупционные риски.

#### **5. Государственные программы и инициативы для стимулирования экспорта**

✓ *Программа экспортеров:* Включает в себя поддержку экспортеров на внешних рынках, в том числе через субсидирование транспортных расходов, помощь в сертификации продукции, участие в международных выставках и ярмарках.

✓ *Казахстанский экспортный банк (KazExportBank):* Предоставляет финансовые услуги и кредитование для предприятий, ориентированных на экспорт, и поддерживает их в выходе на новые зарубежные рынки.

#### **6. Образовательные и консультационные программы**

✓ *Образовательные программы для предпринимателей:* В рамках государственной поддержки бизнесу предлагаются курсы и тренинги по управлению, маркетингу, бухгалтерии и другим важным аспектам ведения бизнеса.

✓ *Консультационные услуги и поддержка в начальной стадии:* Государственные учреждения, такие как Акиматы и различные агентства, помогают бизнесменам на разных этапах развития их бизнеса, предоставляя консультации и помощь в вопросах юридического и бухгалтерского учета, маркетинга и стратегии.

#### 7. Поддержка развития инфраструктуры и логистики:

✓ *Развитие инфраструктуры:* Создание бизнес-инкубаторов, технопарков, особых экономических зон, где предприниматели могут получить льготные условия для ведения бизнеса (например, налоговые льготы, субсидированные коммунальные услуги, доступ к логистическим услугам).

✓ *Государственная программа развития транспортной инфраструктуры:* Поддержка бизнеса в области логистики, улучшение транспортных путей и создание эффективной сети поставок для малого и среднего бизнеса.

Таким образом, государственная поддержка бизнеса в Казахстане охватывает широкий спектр направлений: от финансовых мер и налоговых льгот до программ для инновационных компаний и экспортеров. Эти меры направлены на стимулирование предпринимательства, улучшение бизнес-среды и создание возможностей для устойчивого экономического роста. Важно, чтобы бизнес активно использовал доступные программы и поддержку, а также взаимодействовал с государственными структурами для повышения своей конкурентоспособности.

### **9.3. Борьба государства с преступностью в сфере теневой экономики**

Борьба с преступностью в сфере теневой экономики в Казахстане является важной частью государственной политики, направленной на укрепление правопорядка, повышение уровня прозрачности и эффективности экономики, а также на улучшение финансовой стабильности страны. Теневая экономика включает в себя различные виды незаконной предпринимательской деятельности, такие как уклонение от налогов, использование фальшивых документов, контрабанда, коррупция и другие формы преступности.

#### **Важные аспекты борьбы с преступностью в сфере теневой экономики в Казахстане:**

##### **1. Совершенствование законодательства:**

– *Ужесточение уголовной ответственности:* В Казахстане законодательство активно обновляется с целью ужесточения наказания за экономические преступления, такие как уклонение от уплаты налогов, коррупция, отмывание доходов, полученных преступным путем, и другие.

– *Антиотмывочные законы:* В ответ на международные требования и угрозу использования теневых средств, в стране были внедрены законы и меры по борьбе с отмыванием доходов, полученных преступным путем. Эти меры направлены на повышение прозрачности финансовых операций и предотвращение использования теневых финансов в легальной экономике.

##### **2. Укрепление налогового контроля:**

– *Информационные технологии и автоматизация контроля:* В последние годы Казахстан активно использует современные информационные технологии для борьбы с уклонением от уплаты налогов. В частности, внедрены системы электронного декларирования и мониторинга, которые позволяют государственным органам отслеживать финансовую деятельность бизнеса в реальном времени.

- *Аудит и проверки:* Налоговые органы проводят регулярные проверки крупных компаний и малого бизнеса, чтобы выявить уклонение от уплаты налогов. В последние годы также активно применяются методы анализа данных для выявления «скрытых» доходов и бизнеса, работающего в теневом секторе.

- *Налоговые амнистии:* В некоторых случаях государство применяет меры налоговых амнистий, предоставляя бизнесу возможность легализовать свои доходы и активы, избегая уголовной ответственности.

### **3. Меры по борьбе с коррупцией:**

- *Антикоррупционная политика:* В Казахстане созданы различные антикоррупционные органы, такие как Агентство по противодействию коррупции, которые активно борются с коррупционными проявлениями в государственной и частной сферах. Программы антикоррупционной политики включают как профилактические меры, так и жесткое наказание за коррупционные преступления.

- *Образование и информирование:* Одним из направлений борьбы с коррупцией является проведение образовательных кампаний и повышение осведомленности населения о вреде коррупции и теневой экономики для общества и экономики в целом.

**4. Контроль за финансовыми операциями и борьба с фальшивыми документами:**

- *Усиление контроля за движением капитала:* Казахстан внедрил ряд мер по мониторингу и контролю финансовых операций, которые могут быть использованы для скрытых или незаконных транзакций. В частности, жесткие меры были введены для контроля за переводами крупных сумм денег в международные юрисдикции, которые могут быть использованы для отмывания денег.

- *Противодействие фальшивым документам:* Важной частью борьбы с преступностью в теневой экономике является противодействие использованию

фальшивых документов, таких как поддельные счета, контракты и сертификаты. Для этого в Казахстане разработаны современные системы проверки подлинности документов и внедрены электронные подписи.

**5. Развитие судебной и правоохранительной системы:**

– *Реформа судебной системы:* Казахстан продолжает работать над улучшением судебной системы, обеспечивая более эффективное расследование и судопроизводство по делам, связанным с теневой экономикой. Важным аспектом является укрепление независимости судей и повышение прозрачности судопроизводства.

– *Обучение правоохранительных органов:* Полиция и другие правоохранительные органы проходят регулярное обучение для борьбы с преступлениями в сфере теневой экономики, включая расследование экономических преступлений, таких как коррупция, мошенничество, уклонение от налогов.

**6. Международное сотрудничество:**

– *Сотрудничество с международными организациями:* Казахстан активно сотрудничает с международными организациями, такими как Интерпол, Всемирный банк и другие, в борьбе с преступностью в теневой экономике. В рамках этого сотрудничества Казахстан получает доступ к лучшим практикам и ресурсам для улучшения борьбы с экономическими преступлениями.

– *Ратификация международных соглашений:* Казахстан подписал ряд международных соглашений, направленных на борьбу с коррупцией и преступностью в сфере экономики, в том числе соглашений по обмену информацией и сотрудничеству в расследованиях.

**7. Поддержка легализации бизнеса:**

– *Программы поддержки малого и среднего бизнеса:* Важным аспектом борьбы с теневой экономикой является помощь бизнесу в легализации своей деятельности и интеграции в формальную экономику. Государственные

программы, такие как налоговые каникулы, упрощенная регистрация бизнеса и программы поддержки предпринимателей, помогают сократить мотивы для уклонения от налогообложения и скрытой деятельности.

– *Повышение уровня прозрачности бизнеса:* Введение обязательной отчетности для бизнеса, внедрение электронной системы отчетности, а также регулярные проверки позволяют повысить уровень прозрачности в предпринимательской деятельности.

Борьба государства с преступностью в сфере теневой экономики в Казахстане представляет собой комплексный подход, включающий законодательные меры, улучшение налогового и финансового контроля, усиление правоохранительных органов и судебной системы, а также международное сотрудничество. Важным шагом является создание прозрачной, предсказуемой и справедливой бизнес-среды, которая бы стимулировала предпринимателей работать в рамках закона, сокращая тем самым масштабы теневой экономики.

***Контрольные вопросы:***

1. Дайте определение чем отличаются экономические преступления от криминальной?
2. С точки зрения понятия «экономические» преступления чем отличаются от общего?
3. Дайте определение, что означает теневая экономика и как она определяется?
4. Назовите характерные черты экономической преступности?
5. Чем обусловлена глобальная экономика и как она связана с транснациональной криминализацией преступности?

## Тема 10. Защита бизнеса

*Рассматриваются основные вопросы защиты бизнеса, как в Казахстане, так и в международном уровне, определении их взаимосвязи в экономике. Система безопасности национальной экономики: цели, задачи на современном этапе.*

### **Основные вопросы:**

10.1. Организация системы защиты бизнеса

10.2. Тенденции развития преступности в мировой и региональной экономике

**Ключевые термины:** теневая экономика, экономическая безопасность, управление по борьбе с оргпреступностью (УБОП), управление по борьбе с экономической преступностью (УБЭП), Интерпол, Европол, Комиссия по предупреждению преступности и уголовному правосудию, Декларация о преступности и общественной безопасности, группа «Треви», группа «Антимафия», Группа по разработке финансовых мер по борьбе с отмыванием денег (FATF), Конвенция ООН по борьбе с транснациональной организованной преступностью, Бюро по координации борьбы с организованной преступностью и другими видами преступлений на территории Содружества Независимых Государств.

### **10.1. Организация системы защиты бизнеса**

Экономическая безопасность государства как никогда зависит от эффективности и сохранности бизнеса в стране. Сейчас все больше внимание уделяется внешним факторам развития транснациональной преступности в сфере экономики.

Наиболее значимые по степени общественной опасности преступления экономического характера нередко совершаются на территории двух или более

государств, а преступным путем приобретенное имущество скрывается и отмывается за пределами страны, где было совершено преступление.

Защита бизнеса — это составная часть правовых отношений между сопредельными государствами. При этом даже те государства, которые не имеют тесных политических и экономических контактов, как правило, не попирают контакты в области противодействия преступности. Сегодня формы международного взаимодействия в борьбе с преступностью достаточно многообразны:

- оказание помощи по уголовным, гражданским и семейным делам;
- подписание и реализация международных договоров и согласований (договоренностей) по борьбе с преступностью и, прежде всего, с транснациональной преступностью;
- выполнение решений иностранных правоохранительных органов по уголовным и гражданским делам;
- регламентация уголовно-правовых вопросов и прав личности в области обеспечения правопорядка;
- обмен информацией, вызывающей взаимный интерес для правоохранительных органов;
- проведение совместных исследований и разработок в области борьбы с преступностью;
- обмен опытом правоохранительной работы;
- оказание помощи в подготовке и переподготовке кадров;
- взаимное предоставление материально-технической и консультативной помощи.

Стратегические вопросы международного сотрудничества в борьбе с преступностью решаются Организацией Объединенных Наций. И это не случайно, потому что преступность не существует сама по себе, ее уровень определяется системой международных преступных связей. На Генеральной

Ассамблее ООН в сентябре 1991 года по этому поводу отмечалось:

*“Рост преступности, в сочетании с процессом обретения ею транснационального характера, ставит под угрозу внутреннюю безопасность государств, посягает на свободу человека жить без страха, а также может подорвать международные отношения. Все это требует создания эффективных международных механизмов и более тесного сотрудничества между государствами».*

## **10.2. Тенденции развития преступности в мировой и региональной экономике**

Преступность в мировой и региональной экономике развивается в связи глобализацией и интернационализацией национальных экономик в мировое хозяйство.

Механизм сотрудничества правоохранительных органов в Европе постоянно совершенствуется. Так, в сентябре 2012 г. министры внутренних дел и юстиции государств Европейского Союза, 23 октября 2015г государства входящие в ОДКБ также приняли решение о создании Европола и Интерпола-органа полицейского сотрудничества со штаб-квартирой в Страсбурге.

Анализ опыта координации в управлении правоохранительными органами других государств, особенно по участию Интерпола и других международных правоохранительных организаций, позволяет перенести некоторые меры в деятельность правоохранительных органов Казахстана.

Управление рисками предусматривает расчеты по определению суммы возмещения от экономической деятельности в случае недополученные дохода от коммерческой или другой финансово-хозяйственной деятельности. Для управления этими процессами следует прогнозировать и планировать деятельность предприятия, рассчитать возможные риски по несоблюдению прибыли за определенный период от коммерческой деятельности, путем расчета чистого дисконтированного дохода, чистого приведенного дохода, снижения

рентабельности предпринимательской деятельности, окупаемости инвестиции и т.д.

Есть и другие способы улучшения неформальных связей. Практикуется переход работников из одного управления или отдела в другое, что способствует оперативному использованию неформальных средств коммуникаций – телефонных разговоров, личных контактов и встреч. Такой переход будет способствовать регулярному обновлению контактов и информации.

1. Интерпол – одна из международных организаций, отличающаяся от других тем, что создана для обеспечения взаимодействия сотрудников ведомств криминальной полиции разных стран в их борьбе с уголовной преступностью. Объектами практического влияния этой организации в основном транснациональные преступления и преступники.

2. Основная цель деятельности FATF – всесторонний анализ результатов оперативных мер по предотвращению использования банковской системы и финансовых учреждений для отмывания денег, разработка модельных (эталонных) законодательных актов и превентивных мер в этой области, а также повышение уровня координации совместных усилий стран-участниц.

3. Бюро по координации борьбы с организованной преступностью и другими видами преступлений на территории СНГ – это постоянно действующий орган по координации борьбы с организованной преступностью и другими видами преступлений на территории государств-участников Содружества. Она создана с целью обеспечения эффективного взаимодействия государств-участников СНГ в области предупреждения и борьбы с организованной преступностью в рамках действующего законодательства государств Содружества.

4. Анализ деятельности национальных правоохранительных органов по борьбе с экономической преступностью свидетельствует, что большая часть этих преступлений осуществляется в сфере внешнеэкономической деятельности,

поэтому возникает потребность в развитии и усовершенствовании информационного взаимодействия с правоохранительными органами других государств, обмену оперативной информацией, осуществлении следственных действий на территории иностранных государств.

Основой такого взаимодействия являются прямые связи и усовершенствование и упорядочение взаимодействия с аналитическими структурами в государствах-членах СНГ, ЕС, ООН.

### **10.3. Организация и управление финансово-экономической безопасностью предприятия**

Система финансово-экономической безопасности является неотъемлемой составляющей корпоративного управления предприятием. Формирование системы финансово-экономической безопасности (СФЭБ) – это, прежде всего, создание ответственных структур, наделенных полномочиями выполнять основной перечень функций и координирование управления финансово-экономической безопасности (УФЭБ), нести за них ответственность. СФЭБ представляет собой совокупность элементов, функционирование которых обеспечивает эффективную деятельность в сфере защиты активов организации, осуществления бизнес-процессов и защиты результатов финансово-хозяйственной деятельности. Эти меры направлены на достижение цели, то есть планируемого результата обеспечения ФЭБ. Управленческие отношения, возникающие в осуществлении таких процессов – это взаимосвязи и взаимозависимости элементов данной системы. Связь этих компонентов механизма управления очевидна. СФЭБ отражает структуру УФЭБ, а управленческие отношения устанавливают порядок взаимосвязей между отдельными звеньями. Последовательность и иерархические связи между системами организации и управления ФЭБ на местах должна быть построены следующим образом (рис. 10.3.1).

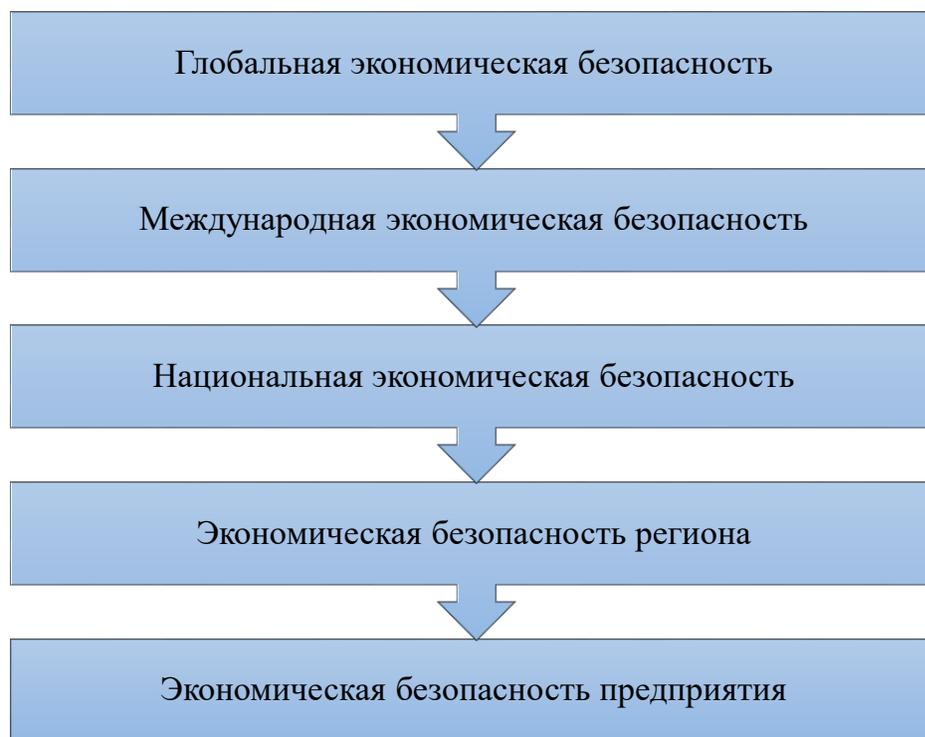


Рис. 10.3.1. Иерархия уровней экономической безопасности

Защита интересов предприятия должна начинаться с низу от уровня предприятий до национального. В соответствии с международной конвенции правительства каждой страны станавливают связи с международными правоохранительными органами Интерпол и др.

Защита интересов бизнес структур прерогативам самих предприятий (фирмы) и организаций от посягательств на их имущественные и финансовые права. Ниже приводится примерные организационные формы и принципы обеспечение защиты интересов бизнес структур в Казахстане. Следует заметить, что формы организации охранных структур, может отличаться в зависимости от организационной структуры управления и финансовой возможности предприятия (фирмы) и решения Совета директоров.

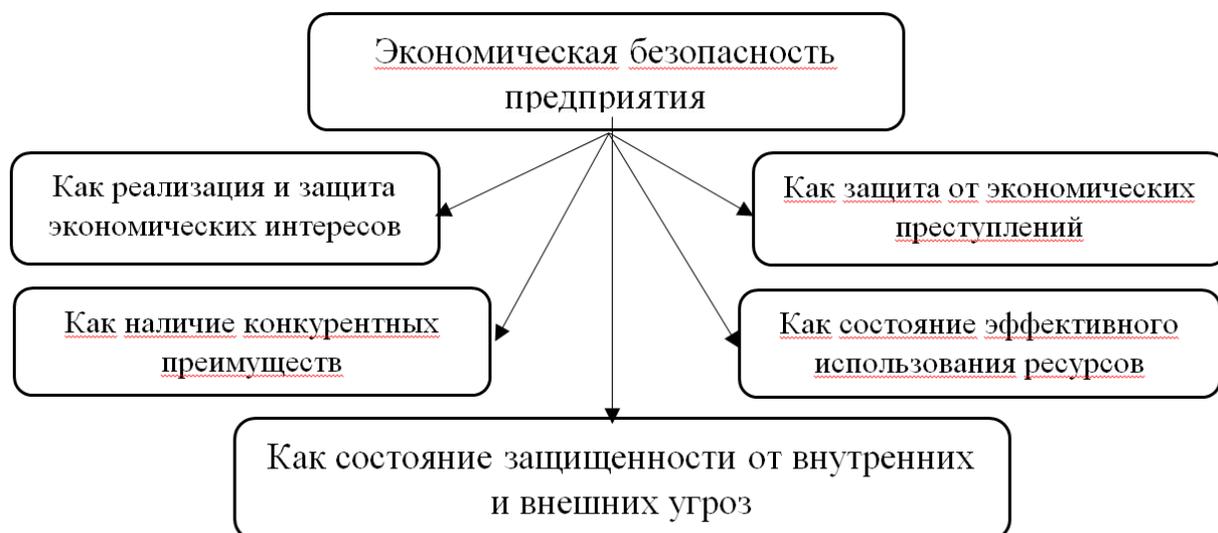


Рис. 10.3.2. Примерная структура организации системы защиты ФЭБ

Структура организации системы защиты экономической безопасности в зависимости от состояния защищённости организаций от внутренних и внешних посягательств на финансово-экономическое состояние как зарубежное, так и в Казахстане отличаются. Единым остается общепринятые правила контроля за деятельностью охранных структур под контролем официальных правоохранительных структур МВД, КНБ и других подчиненных структур.

Система финансово-экономической безопасности предприятия представляет собой комплекс мер и инструментов, направленных на защиту финансовых и экономических интересов бизнеса, его активов, информации и репутации от внешних и внутренних угроз. Это включает в себя как предотвращение финансовых рисков, так и обеспечение устойчивости предприятия в условиях неопределенности:

1) Финансовый контроль включает в себя все мероприятия, направленные на предотвращение финансовых потерь, оптимизацию расходов и эффективное управление денежными потоками (внутренний аудит и ревизии, контроль за расходами, анализ платежеспособности и ликвидности).

2) Важным элементом системы финансово-экономической безопасности является управление рисками. Это процесс выявления, оценки и минимизации

рисков, которые могут повлиять на финансовую устойчивость предприятия. Основные виды рисков: кредитный риск (риск невозврата долгов контрагентами или партнерами); рыночный риск (риски, связанные с колебаниями цен на сырьё, валютные курсы и процентные ставки); операционный риск (риски, связанные с ошибками или сбоями в операционной деятельности, технологиях или людских факторах).

3) Защита коммерческой информации и интеллектуальной собственности играет ключевую роль в системе финансово-экономической безопасности, которая включает:

- *Защиту от утечек данных* — обеспечение конфиденциальности финансовой информации и данных клиентов.

- *Защиту интеллектуальной собственности* — охрана патентов, торговых марок и ноу-хау, которые составляют важную часть экономического потенциала предприятия.

- *Системы безопасности ИТ-инфраструктуры* — обеспечение безопасности программного обеспечения, защищенность от кибератак и вирусных угроз.

4) Для обеспечения финансово-экономической безопасности важно эффективно управлять активами предприятия (регулярная оценка стоимости недвижимости, оборудования, запасов и других активов, распределение капитала и активов между различными направлениями, что позволяет уменьшить риски потерь, использование различных страховых продуктов для защиты активов от потерь вследствие пожара, кражи, аварий, несчастных случаев и других форс-мажоров).

5) Для обеспечения финансово-экономической безопасности необходимо создавать меры, направленные на предотвращение финансовых преступлений:

- *Внедрение антикоррупционных программ* — разработка и внедрение стандартов для предотвращения коррупции на всех уровнях предприятия.

– *Меры противодействия мошенничеству* — включая внедрение системы внутреннего контроля, предотвращение хищений, манипуляций с бухгалтерией и отчетностью.

– *Кадровый контроль* — отбор и проверка персонала на соответствие требованиям безопасности, мониторинг сотрудников, особенно тех, кто работает с деньгами и материальными ценностями.

б) Важным аспектом финансово-экономической безопасности является управление внешними и внутренними долгами предприятия (оптимизация долговой нагрузки, обеспечение устойчивого финансирования, мониторинг кредитной истории).

7) Важным элементом является комплексная защита интересов компании на всех уровнях, что включает в себя:

– *Обеспечение физической безопасности* — защита от внешних угроз, таких как кражи, хищения, терроризм и другие опасности, с использованием служб охраны и видеонаблюдения.

– *Контроль за внутренними угрозами* — защита от внутренних угроз со стороны недобросовестных сотрудников и управление возможными рисками внутри предприятия.

8) Предприятие должно иметь четко выстроенную юридическую поддержку, которая поможет избежать финансовых рисков и защитить интересы компании в правовых спорах:

– *Оценка правовых рисков* — анализ возможных юридических рисков в рамках деятельности предприятия, связанных с нарушением контрактных обязательств, налоговыми претензиями и судебными делами.

– *Контроль за соблюдением законодательства* — соблюдение всех норм, касающихся налогообложения, трудового законодательства и других регулирующих актов, чтобы избежать штрафов и санкций.

Внизу представлены этапы внедрения системы финансово-экономической безопасности:



Рис. Этапы внедрения системы финансово-экономической безопасности

Система финансово-экономической безопасности предприятия является неотъемлемой частью его успешного функционирования и устойчивости. Эффективное управление рисками, защита активов, борьба с финансовыми преступлениями и обеспечение правовой защиты помогут предприятию не

только минимизировать угрозы, но и создать основу для стабильного и безопасного роста.

***Контрольные вопросы:***

1. Назовите основные современные формы международного взаимодействия правоохранительных органов по борьбе с преступностью.

2. Какова основная задача и функции Европола?

3. Какие специализированные международные организации занимаются борьбой с легализацией грязных денег?

4. Какой постоянно действующий орган по координации борьбы с организованной преступностью и другими видами преступлений создан на территории стран СНГ?

5. Что включает в себя финансовый контроль в рамках системы финансово-экономической безопасности предприятия?

6. Какие основные риски учитываются при разработке системы управления рисками для обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия?

7. Какие меры необходимо принять для защиты интеллектуальной собственности и информации в рамках системы финансово-экономической безопасности?

8. Как система внутреннего контроля помогает предотвратить финансовые потери и излишние расходы на предприятии?

9. Какие этапы включает внедрение системы финансово-экономической безопасности на предприятии и каковы ключевые шаги на каждом из этих этапов?

## **Тема 11. Искусственный интеллект в управлении бизнес-процессами**

*Рассматриваются роль, значение и область применения искусственного интеллекта (ИИ) в процессе защиты интересов граждан и бизнеса в современных условиях, и возможности его использования в Казахстане. Исследуется правовое регулирование искусственного интеллекта как инструмента оптимизации бизнес-процессов, а также обобщаются плюсы и минусы его использования в управлении бизнесом. Система безопасности национальной экономики Казахстана требует использования передовых достижений информационных технологий, в т.ч. искусственного интеллекта.*

### **Основные вопросы:**

11.1. Роль искусственного интеллекта в управлении и защиты бизнес-процессами

11.2. Правовое регулирование искусственного интеллекта как инструмента оптимизации бизнес-процессов

11.3. Плюсы и минусы использования искусственного интеллекта в управлении бизнесом

**Ключевые термины:** искусственный интеллект, стартап, CRM-управление клиентскими отношениями, BPM структурированный анализ, контроль и оптимизация бизнес-процессов, Индустрии 4.0, коммерциализация проектов в области ИИ.

### **11.1. Роль искусственного интеллекта в управлении и защиты бизнес-процессами**

Искусственный интеллект (ИИ) в современном бизнесе используется повсеместно, и предприятия используют технологии для упрощения рабочих процессов и повышения общей производительности. ИИ является основой для многих технологий Индустрии 4.0, так как позволяет выявить скрытые закономерности и связи в данных, делая возможным самооптимизацию

производственных систем. ИИ не ограничен, и он помогает предприятиям автоматизировать рабочие процессы и улучшить управление бизнес-процессами. Как ИИ может трансформировать бизнес-операции?

Одной из важнейших задач, которую можно улучшить за счет использования ИИ, является управление бизнес-процессами (BPM). BPM — это структурированная стратегия, которая помогает компаниям анализировать, контролировать и оптимизировать бизнес-процессы с помощью эффективных рабочих процессов для повышения эффективности. BPM позволяет предприятиям управлять и планировать бизнес-процессы, такие как адаптация, найм новых сотрудников, обслуживание клиентов и т.д. Таким образом, ИИ позволяет компаниям получить дополнительную ценность и так решить основные задачи бизнеса — привлечь внимание потребителя, не обманув его ожиданий, и заработать больше, чем конкуренты.

BPM является важной частью любого бизнеса, но где-то в будущем компании сталкиваются с рядом проблем, таких как снижение производительности труда сотрудников, низкая удовлетворенность клиентов и избыточность и ошибки.

Таким образом, эта новая технология открывает огромные перспективы для решения повседневных задач, связанных с бизнесом. В рамках этого непрерывного процесса, направленного на то, чтобы сделать технологии доступными и полезными во всех возможных областях, расширяется объем будущих планов управления бизнесом и повышения производительности.

В сфере управления бизнесом использование искусственного интеллекта — это метод, который может способствовать повышению качества контрольной деятельности, упрощению процесса принятия решений и устранению ошибок, вызванных человеческим фактором. Искусственный интеллект (ИИ) в управлении бизнесом открывает новые горизонты для повышения эффективности и инновационности. Важные аспекты использования ИИ в этой области (рис.1):

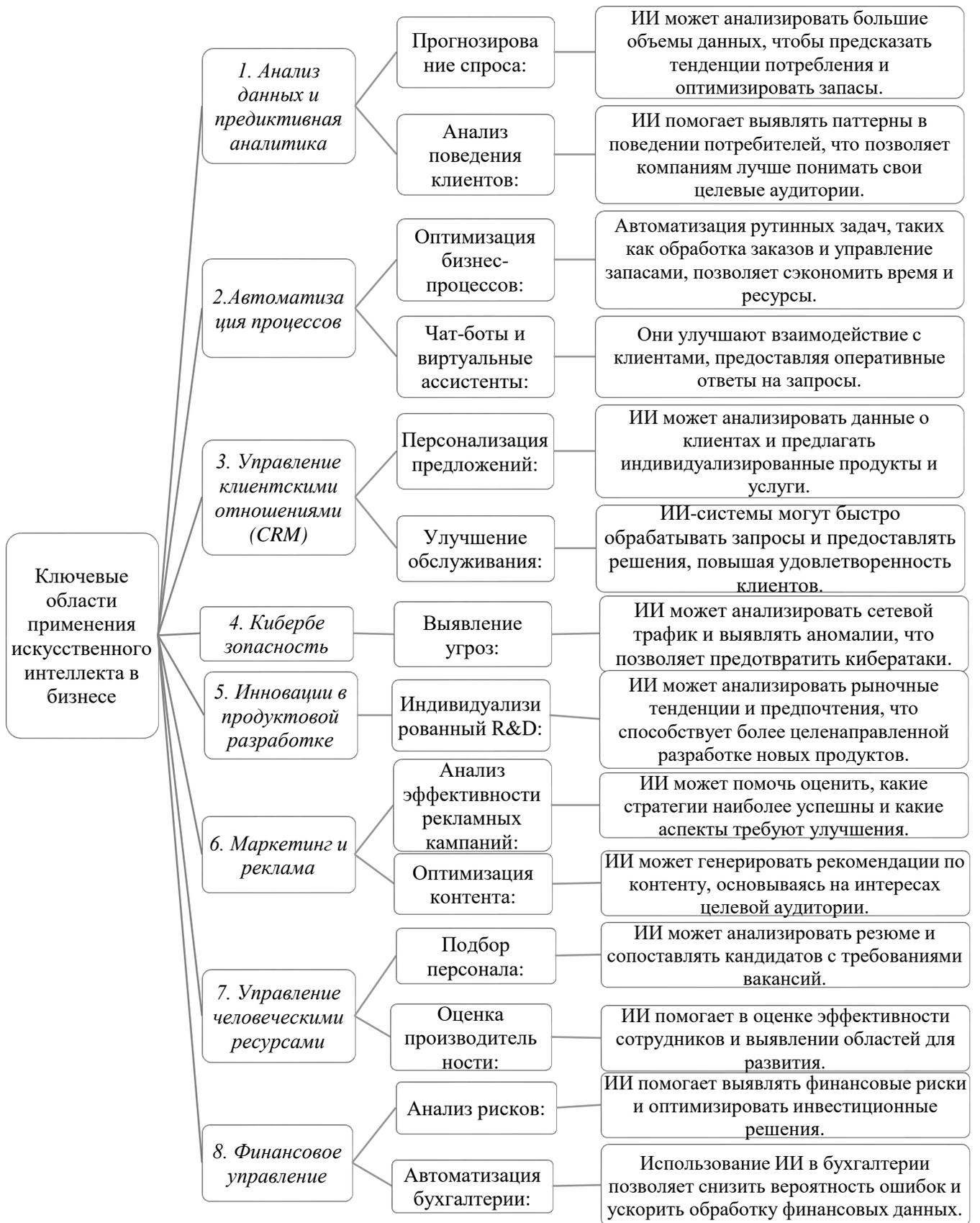


Рис.1. Ключевые области применения искусственного интеллекта в бизнесе

Искусственный интеллект трансформирует подходы к управлению бизнесом, позволяя компаниям быть более адаптивными, эффективными и ориентированными на клиента.

Процессы с использованием автоматизации и искусственного интеллекта в управлении бизнесом призваны сократить время выполнения задачи для быстрого роста отрасли. Это также дает вам стабильные результаты, на которые вы можете положиться. Процедура достаточно корректируется при изменении требований бизнеса и ресурсов.

Казахстан поддерживает развитие стартапов и инноваций в области ИИ через создание инкубаторов и акселераторов, предоставление финансовой поддержки и организацию конкурсов и мероприятий для стартап-сообщества. В Казахстане реализуются различные государственные проекты и пилотные программы, основанные на применении ИИ. Например, введены системы автоматизированного управления дорожным движением, использование ИИ в медицине и сельском хозяйстве.

В Казахстане созданы центры искусственного интеллекта и инновационные хабы, где проводятся исследования, разработки и коммерциализация проектов в области ИИ. Примером такого центра является Цифровой технопарк «Astana Hub».

## **11.2. Правовое регулирование искусственного интеллекта как инструмента оптимизации бизнес-процессов**

Развитие технологий искусственного интеллекта (ИИ) и их повсеместное применение в личных и предпринимательских целях с каждым годом достигает все больших масштабов, что при отсутствии должного правового регулирования может вызывать существенные риски. На сегодняшний день в Казахстане заложен основной фундамент законодательной базы в сфере информатизации и развития искусственного интеллекта:

- в Кодексе РК от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК «Предпринимательский кодекс Республики Казахстан» применяется к использованию искусственного интеллекта в бизнес-секторе и предотвращает злоупотребление доминирующим положением на рынке.

- в Законе РК от 24 ноября 2015 года № 418-V ЗРК «Об информатизации» определены положения, связанные с применением «открытых данных», «персональных данных», также содержатся положения по регулированию объектов информатизации, относящиеся к критически важным объектам инфраструктуры и др.;

- в Законе РК «Об авторском праве и смежных правах» от 10 июня 1996 года устанавливает права и ответственность владельцев авторских прав в контексте использования ИИ для создания, обработки или распространения авторских произведений. Но следует отметить, будет ли являться объектом авторского права произведение, созданное искусственным интеллектом? Как известно, в соответствии с указанным Законом, автором является физическое лицо, творческим трудом которого создано произведение науки, литературы, искусства. На данный момент, этот вопрос еще не урегулирован законодательством не только Республики Казахстан, но и законами иных стран.

- в Законе РК от 5 июля 2004 года № 567 «О связи» содержатся нормы, направленные на обеспечение инфраструктуры для предоставления доступа к услугам связи;

- в Законе РК «О персональных данных и их защите» от 21 мая 2013 года, регулирует сбор, хранение, использование и передачу персональных данных, включая данные, используемые в контексте искусственного интеллекта.

- в постановлении Правительства Республики Казахстан от 20 декабря 2016 года № 832 «Об утверждении единых требований в области информационно-коммуникационных технологий и обеспечения информационной безопасности» определены требования в области информационной безопасности;

- в постановлении Правительства Республики Казахстан от 24 июля 2024 года № 592 «Об утверждении Концепции развития искусственного интеллекта на 2024 – 2029 годы»;

- в Законе РК от 25 июня 2020 года № 347-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования цифровых технологий» является одним из ключевых законодательных актов, направленных на регулирование цифровых технологий и развитие цифровой экономики в Казахстане. Этот закон вносит изменения и дополнения в несколько существующих законодательных актов страны с целью обеспечения юридической основы для развития и регулирования цифровых технологий.

- в приказе Министра цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан от 14 октября 2022 года № 385/НК «Об утверждении Требований по управлению данными» утверждены положения в части дифференцированного подхода к управлению данными с учетом отраслевой специфики.

Кроме того, часть мер, необходимых для развития искусственного интеллекта, уже изложена в Концепции цифровой трансформации, развития отрасли информационно-коммуникационных технологий и кибербезопасности на 2023 – 2029 годы, утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 269, в которой содержатся меры по внедрению платформенной модели «Электронное правительство», предусматривающей агрегацию актуальных онлайн данных для возможности применения инструментов искусственного интеллекта при моделировании сценариев и принятия решений, по созданию национальной системы искусственного интеллекта на базе Smart data ukimet, которая позволит прогнозировать и принимать решения на основе достоверных данных, положения по развитию сферы кибербезопасности и др.

Особое внимание стоит уделить предложению Министерства цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности РК о разработке «Цифрового кодекса», включающего в себя все положения и институты, связанные с информационными технологиями, цифровизацией и искусственным интеллектом в Республике Казахстан. Тем самым, данный кодекс должен объединить и кодифицировать в себе все вышеуказанные законы и иные акты, регулирующие вопросы ИИ.

Предполагается не только объединение и сбор всех актов в один кодекс, но и внедрение институтов регулирования цифровых технологий в аспекте глобализации и развития общества на сегодняшний момент и будущее.

Таким образом, развитие специализированного законодательства в области искусственного интеллекта может способствовать устойчивому развитию и применению ИИ в бизнес-сфере.

### **11.3 Плюсы и минусы использования искусственного интеллекта в управлении бизнесом**

Технологии на основе искусственного интеллекта могут автоматизировать бизнес-процессы в таких областях как:

- Обработка данных: распознавание и обработка текстовой информации.
- Управление клиентским опытом: персонализированный маркетинг, чат-боты для обслуживания клиентов.
- Финансы и учет: анализ финансовых данных, прогнозирование трендов и рыночной динамики для принятия решений о финансах и инвестициях.
- Управление ресурсами: оптимизация цепочек поставок и управления складскими запасами / инвентаризацией.
- Управление человеческими ресурсами: аналитика резюме и интервью через чат-боты, мониторинг производительности сотрудников.
- Медицина и здравоохранение: диагностика с помощью ИИ.

- Производство: оптимизация производственных процессов с помощью предиктивного обслуживания и анализа данных сенсоров, автоматизация контроля качества продукции.

- Безопасность и киберзащита: обнаружение и предотвращение кибератак с помощью систем машинного обучения, автоматизированная аналитика угроз и защита информационных систем.

Использование ИИ в бизнесе в целом помогает улучшить его эффективность, а также улучшает точность и увеличивает скорость принятия решений, освобождая человеческие ресурсы от рутинных задач и позволяя сосредотачиваться на более стратегически важных аспектах работы компании.

Применение искусственного интеллекта (ИИ) в управлении бизнесом имеет свои преимущества и недостатки.

Рассмотрим их подробнее.

*Преимущества:*

✓ Увеличение эффективности:

ИИ может автоматизировать рутинные задачи, освобождая время сотрудников для более креативной работы.

✓ Улучшение принятия решений:

ИИ анализирует большие объемы данных, предоставляя более точные прогнозы и рекомендации для принятия стратегических решений.

✓ Персонализация:

ИИ позволяет создавать индивидуализированные предложения для клиентов, что увеличивает их удовлетворенность и лояльность.

✓ Снижение затрат:

Автоматизация процессов может сократить операционные расходы и минимизировать ошибки, которые могут привести к дополнительным затратам.

✓ Анализ данных в реальном времени:

ИИ позволяет оперативно реагировать на изменения на рынке, что улучшает адаптивность бизнеса.

✓ Оптимизация маркетинга:

ИИ может анализировать эффективность рекламных кампаний и рекомендовать оптимальные стратегии.

✓ Улучшение обслуживания клиентов:

Чат-боты и виртуальные ассистенты могут обеспечивать 24/7 поддержку, ускоряя время отклика и повышая качество обслуживания.

*Недостатки:*

✓ Высокие первоначальные инвестиции:

Разработка и внедрение ИИ-технологий требует значительных финансовых вложений, что может быть сложно для малых и средних предприятий.

✓ Необходимость в квалифицированных кадрах:

Для успешного использования ИИ нужны специалисты с соответствующими знаниями, что может быть проблематично.

✓ Этические и правовые вопросы:

Использование ИИ может вызывать беспокойство по поводу конфиденциальности данных и возможной предвзятости алгоритмов.

✓ Зависимость от технологий:

Чрезмерное доверие к ИИ может привести к игнорированию человеческого фактора и интуитивных решений.

✓ Проблемы с интеграцией:

Внедрение ИИ может потребовать изменений в существующих бизнес-процессах, что может вызвать сопротивление со стороны сотрудников.

✓ Неопределенность результатов:

Хотя ИИ может улучшить процессы, он не всегда гарантирует успех, особенно в условиях быстро меняющегося рынка.

✓ Риски кибербезопасности:

Увеличение использования ИИ может привлечь внимание киберпреступников, что делает компании более уязвимыми к атакам.

Применение ИИ в управлении бизнесом открывает множество возможностей, однако важно взвешенно подходить к его внедрению, учитывая как преимущества, так и потенциальные риски. Компании должны тщательно планировать свои стратегии и учитывать эти аспекты для достижения наилучших результатов.

***Контрольные вопросы:***

1. Что понимают под технологиями искусственного интеллекта? В чем их сущность?
2. Поясните, что такое искусственный интеллект, и какие типы ИИ используются?
3. Поясните, какова роль искусственного интеллекта в управлении бизнес-процессами?
4. В каких сферах активно применяется искусственный интеллект?
5. Что представляет собой система управления бизнес-процессами (BPM)?
6. Поясните, в чем основа успеха использования ИИ в практике бизнеса?
7. Перечислите ключевые аспекты использования искусственного интеллекта (ИИ) в управлении бизнесом?
8. Насколько сегодня урегулированы вопросы, связанные с искусственным интеллектом, в казахстанском законодательстве?
9. Какие сферы деятельности человека можно автоматизировать с помощью искусственного интеллекта?
10. В чем преимущества искусственного интеллекта (ИИ) в управлении бизнесом?
11. Какие недостатки могут возникнуть при внедрении ИИ в бизнес?

### Литература по теме:

1. Томас Д. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-практику: Преимущества и сложности: книга // - Изд. Альпина Паблишер, - 2020. – 316 с.
2. Өмірәлі Ж.О. Гражданское право: Общая часть. Альбом схем: учебное пособие / ЕЮА им.Д.А.Кунаева. – Алматы: Алматы-Болашақ, 2020. – 224 с.
3. Предпринимательский Кодекс РК от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.)// <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>
4. Закон Республики Казахстан «Об информатизации» от 24 ноября 2015 года №418-V ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 20.08.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z150000041>
5. Закон Республики Казахстан от 10 июня 1996 года № 6-І Об авторском праве и смежных правах
6. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z960000006>
7. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 269.
8. Об утверждении Концепции цифровой трансформации, развития отрасли ИКТ и кибербезопасности на 2023 - 2029 годы // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P230000026>
9. Өмірәлі Ж.О. Гражданское право: Особенная часть. Альбом схем: учебное пособие / ЕЮА им.Д.А.Кунаева. – Алматы: Алматы-Болашақ, 2020. – 224 с.

## РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### ПОЛИТИКА ОЦЕНИВАНИЯ И АТТЕСТАЦИИ

#### **Ключевые ценности оценивания:**

Оценивание должно быть валидным (объекты оценки должны: соответствовать поставленным целям курса);

Оценивание должно быть надежным (использовать единообразные стандарты или критерии);

Оценивание должно быть справедливым (разные студенты должны иметь равные возможности добиться успеха);

Оценивание должно быть развивающим (фиксировать что могут студенты, и как им улучшить свои результаты);

Оценивание должно быть своевременным (поддерживающим развивающую обратную связь);

Оценивание должно быть эффективным (выполнимым, не забирать все ваше время и время ваших студентов).

При расчете Средней текущей оценки Платонус посчитает среднее арифметическое всех выставленных оценок по предмету. Если эта оценка будет ниже 50% студент будет не допущен к экзамену. Если оценка рейтинга будет ниже 50% студент так же не допущен к экзамену.

- от 90 до 100 баллов: демонстрация глубокого и полного знания и понимания всего объема изученного материала; полного понимания сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей; умение составлять полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно поддерживать ответ конкретными примерами, фактами; самостоятельно аргументировано делать анализ, обобщать выводы; умение устанавливать межпредметные (на основе ранее приобретенных знаний) и внутрипредметные связи.

- от 70 до 89 баллов: знание всего изученного программного материала; полный и правильный ответ на основе изученных теорий; незначительные ошибки и недочеты при воспроизведении изученного материала, определения понятий, неточности при использовании научных терминов или в выводах и обобщениях; материал излагается в определенной логической последовательности, но при этом допускается одна негрубая ошибка или не более двух недочетов, и студент может их исправить самостоятельно при требовании или при небольшой помощи преподавателя; в основном усвоил учебный материал; подтверждает ответ конкретными примерами.

- от 50-69 баллов: в ответе допущены существенные отклонения от темы; анализ проблемы, предусмотренный вопросом, носит фрагментный, неполный характер; факты не всегда отделяются от мнений, но студент понимает разницу между ними.

- ниже 50 баллов (F, FX): не усвоено и не раскрыто основное содержание материала; отсутствие выводов и обобщений; грубые ошибки в ответе студента; существенное отклонение от темы и изучаемой программы в процессе изложения ответа; отказ от ответа.

Ваша итоговая оценка будет рассчитываться по формуле:

$$I_{\text{оц}} = \frac{P1 + P2}{2} \times 0,6 + \text{Э} \times 0,4, \quad (1)$$

где:

P1 - процентное содержание оценки 1-го рейтинга;

P2 - процентное содержание оценки 2-го рейтинга;

Э - процентное содержание экзаменационной оценки.

## ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Планы практических занятий из дисциплины «Управление бизнесом» охватывает все темы рабочей учебной программы. Темы семинарских занятий предполагает последовательность изучения отдельных вопросов связанных с решением таких\ проблем как организация бизнеса, формирования стратегии бизнеса фирмы, планирования работы бизнес фирм, оценка эффективности предпринимательской деятельности.

Цель занятий – отработать практические навыки формирования стратегии фирмы с учетом между временных альтернатив, в условиях массового появления концепции комбинированного использования. Важное внимание уделено использованию искусственного интеллекта в организации защиты бизнеса от организованных преступных групп, в связи всевозрастающим противоправным действием и посягательством на финансово- экономические положения предпринимателей и граждан Республики Казахстан.

Перед выполнением заданий, каждая подгруппа защищает свои ответы на поставленные проблемные вопросы перед другими подгруппами, на основании чего преподаватель выставляет оценку. В процессе ответов на поставленные проблемные вопросы, подгруппа защищает свою точку зрения и доводы подгруппы. При этом в обсуждении берет участие каждый студент, что дает возможность оценить их работу индивидуально.

### СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

#### Занятие 1. По теме 1.

Вопросы для собеседования:

1. Укажите условия возникновения бизнеса и дайте его характеристику по сравнению с делом и предпринимательством.

- а) в чем необходимость возникновения бизнеса?
- б) каковы родовые признаки бизнеса, его экономические устои?
- в) бизнес или предпринимательство?
- г) соответствуют ли концептуальные основы миссии бизнеса?

2. Обоснуйте необходимые тактические действия для решения стратегических направлений бизнеса.

3. Предложите наиболее эффективные важные взаимодействия составляющих системы бизнеса:

- а) производственный;
- б) коммерческий;
- в) финансовый;
- г) потребительский;
- д) трудовой;
- е) венчурный.

4. Обоснуйте роль Правительства НР в формировании цивилизованного бизнеса.

Проблемные вопросы:

1. Определитесь по поводу тезиса: «Бизнес - это категория рынка»?
2. Бизнес – это система ведения дела.
3. Бизнес – это создание продукции нужной людям.
4. Бизнес – это работа.
5. Бизнес – это центральная магистраль в нашей социально-экономической системе.
6. Бизнес – это система, созданная для удовлетворения наших желаний.
7. Бизнес – это то, как мы живем.
8. Выберите определение наиболее вероятного.

5. Стратегия бизнеса – максимизация выгоды (получения дохода) в процессе совершения различных сделок (или наживы). Верно или нет?

### **Тестовые задания по теме:**

#### **1. Что такое бизнес?**

Это деятельность на частных предприятиях, производящих товары и оказывающих услуги в условиях конкуренции с целью получения прибыли.

Это деловые отношения между разными предприятиями за счет производства продуктов и услуг, конкурируют за получение прибыли.

Это самостоятельная инициатива по производству продукции и оказанию услуг, и занятию торговлей с целью получения прибыли в условиях конкуренции.

То, что является источником личного обогащения, наживы, или афера.

а) Все названные ответы верны;

б) Правильные ответы отсутствуют.

Ответ: а, б.

#### **2. Бизнес как форма экономической деятельности:**

а) Совокупность взаимоотношений между людьми, товаропроизводителями и услуг для достижения поставленной цели – прибыли, исключительно законным путем;

б) Целенаправленная экономическая деятельность в целях получения прибыли;

в) Производственно-коммерческая деятельность в целях удовлетворения потребностей общества в товарах, работах, услугах;

Ответ: а, б, в.

### **3. Форма организации товарного рынка в условиях конкуренции производителей товаров и услуг?**

Экономическая свобода в бизнесе – это:

- а) Независимость субъектов бизнеса от влияния государства;
- б) Неограниченная возможность осуществления бизнеса в любых экономических отраслях;
- в) Комплекс нормативно обусловленных прав и обязанностей в отношении государства с субъектами бизнеса?

Ответ: а, б, в.

### **4. Движущие силы бизнеса – это:**

- а) Побудительные мероприятия государственных органов управления в целях развития рыночных реформ;
- б) Мотивационные стремления субъектов бизнеса к владению движимым и недвижимым имуществом;
- в) Система общественно-экономических факторов, определяющих необходимость развития бизнеса:
- г) Все названные ответы верны;
- д) Правильные ответы отсутствуют.

Ответ: а, б, в, г, д.

### **5. Субъекты бизнеса:**

- а) Граждане, самостоятельно занимающиеся бизнесом в свободное от основной работы время;
- б) Предприятия разных форм собственности, входящие в состав отраслевых министерств;
- в) Юридические и физические лица, отвечающие признакам предпринимательской деятельности?

Ответ: а, б, в.

**6. Лицензирование в бизнесе – это:**

- а) Подтверждение профессиональной способности предпринимателя к выполнению работы по специальности;
- б) Разрешение на проведение финансовых операций в наличной и безналичной форме;
- в) Разрешение на проведение определенных видов экономической деятельности на определенных условиях.

Ответ: а, б, в. .

**7. Патентование в бизнесе – это:**

- а) Документальное подтверждение высокого качества товаров и услуг;
- б) Разрешение на экономическую деятельность за наличные денежные средства в определенных сферах бизнеса;
- в) Документ о льготных условиях осуществления бизнеса в сфере производства.

Ответ: а, б, в.

**8. Предпринимательство – это:**

- а) Систематическая экономическая деятельность, осуществляемая предпринимателем на свой риск;
- б) Любая деятельность, направленная на получения прибыли;
- в) Организация собственного дела в условиях банковского кредитования.

Ответ: а, б, в.

**9. Что не нужно для регистрации предпринимательской деятельности юридического лица?**

- а) Решение владельцев или условие учредителей;
- б) Устав;
- б) Бизнес-план;
- в) Регистрационная карта;
- г) Подтверждение вклада в уставный фонд;
- д) Подтверждение оплаты за госрегистрацию;

Ответ: а, б, в, г, д,

**10. Какой документ не требуется для регистрации предпринимательства физическим лицом?**

- а) Документ о профессиональном образовании;
- б) Регистрационная карта;
- в) Копия идентификационного кода физического лица;
- г) Подтверждение оплаты за регистрацию;

Ответ: а, б, в, г.

**11). Какой документ не требуется для получения лицензии юридическим лицом?**

- а) Сведения о заявителе;
- б) Заявление с определением вида и срока деятельности лицензии;
- в) Копия свидетельства о госрегистрации;
- г) Бизнес-план;
- д) Устав, или решение собрания учредителей.

Ответ: а, б, в, г, д.

**12. Какой документ не требуется для получения лицензии физическим лицом?**

- а) Сведения о заявителе;

- б) Бизнес-план;
- в) Копии документов об уровне образования и квалификации;
- г) Копию свидетельства.

Ответ: а, б, в, г.

## СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

### Занятие 2. По теме 2.

Вопросы для обсуждения:

- Обоснуйте место и роль фирмы в экономике и оцените преимущества и недостатки действующих организационно-правовых структур хозяйствования.
- Определите основные критерии, влияющие на выбор сферы деятельности и организационной формы компании.
- Разработать стратегию и тактику новой компании.
- Разработать технико-экономическое обоснование создания новой фирмы.
- Проанализируйте противозаконные действия, применяемые в экономико-правовом поле организации бизнеса и определите путь борьбы с ними.

### **Проблемные вопросы:**

Есть утверждение, что экономическая основа бизнеса — частная собственность. Возможно, сделать вывод, что субъекты государственной собственности не могут быть в бизнесе?

В экономике формируются ли все необходимые факторы развития бизнеса?

А именно:

основное условие бизнеса;

движущие силы бизнеса;

предпринимательство как тип хозяйствования;

субъекты бизнеса;

система бизнеса.

Что главное в выборе организационной формы бизнеса:

-продукция;

-производство;

-маркетинг;

-менеджмент и владение;

-мобилизация и использование финансовых ресурсов? Обоснуйте свое мнение.

Разработайте комплект документов, необходимых для регистрации предприятия:

-малого предприятия;

-кооператива;

-акционерного общества.

### **Тестовые задания по теме:**

#### **1. Что не принцип организации бизнеса?**

а) Свободный выбор видов деятельности;

б) Привлечение имущества и денег других бизнесменов на добровольных условиях;

в) Самостоятельное определение программы;

г) Свободный наем рабочих;

д) Использование ресурсов согласно с фондами и лимитами государственных учреждений;

е) Свободное распоряжение чистой прибылью.

Ответ: а, б, в, г, д, е.

## **2. Определите признак малого предприятия.**

а) Индивидуальная частная собственность (ограниченного числа работников и суммарный объем выпускаемой продукции), соединенная непосредственно с управлением;

б) Групповая собственность, которая непосредственно соединена с управлением;

в) Групповая собственность, отделенная от управления.

Ответ: а, б, в.

## **3. Определите признак партнерского компании.**

а) Индивидуальная частная собственность, соединенная непосредственно с управлением;

б) Групповая собственность, непосредственно соединенная с управлением;

в) Групповая собственность, отделенная от управления.

Ответ: а, б, в.

## **4. Определите признак корпоративного предприятия.**

а) Индивидуальная частная собственность, соединенная непосредственно с управлением

б) Групповая собственность, непосредственно соединенная с управлением.

в) Групповая собственность, отделенная от управления.

Ответ: а, б, в. Ответ: а, б, в, г, д, е.

## **5. Какой фактор не учитывается в процессе формирования стратегии роста компании?**

а) Существующие продукты и услуги;

б) Существующие рынки;

в) Устраняемые продукты и услуги;

г) Новые продукты и услуги;

д) Новые рынки.

Ответ: а, б, в, г, д.

**6. Какой фактор не учитывается при формировании стратегии консолидации?**

а) Существующие продукты и услуги;

б) Существующие рынки;

в) Новые продукты и услуги;

г) Устраняемые продукты и услуги;

д) Устраняющиеся рынки.

Ответ: а, б, в, г, д.

**СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:**

**Занятие 3. По теме 3.**

Вопрос для обсуждения:

- Оценить социально-экономические детерминанты формирования бизнес-идеи.
- Сформулировать стратегию роста бизнес-фирмы.
- Разработать стратегию консолидации бизнес-фирмы.
- Намечить комбинированную стратегию бизнес-фирмы.
- Выявить криминальные возможности реализации стратегической цели функционирования бизнес-фирмы.

**Проблемные вопросы**

1. Формирование стратегии роста базируется на анализе трех уровней функционирования компании.

2. Выявите преимущества и недостатки конкретных возможностей трех уровней обеспечения стратегии роста?

3. Что главное в социально-экономических детерминантах формирования бизнес-идеи? Обоснуйте их соотношение.

### **Тестовые задания по теме:**

**1. Какая межвременная стратегия компании не нацелена на фуруор в конкурентноспособной борьбе?**

- а) Реактивная;
- б) Преактивная;
- в) Интерактивная.

Ответ: а, б, в.

**2. Какая межвременная стратегия компании не имеет жесткой ориентации на отдельный вектор времени?**

- а) Реактивная;
- б) Инактивная;
- в) Преактивная;
- г) Интерактивная.

Ответ: а, б, в, г.

**3. Какие технологии не присущи малому бизнесу?**

- а.) Стабильные;
- б.) Плодотворные;
- в) Изменчивые;
- г) Стабильные и плодотворные;
- д) Стабильные и изменчивые;
- е) Плодотворные и изменчивые.

Ответ: а, б, в, г, д, е.

**4. Какие технологии не присущи инновационному бизнесу?**

- а.) Стабильные;
- б.) Плодотворные;
- в) Изменчивые;
- г) Стабильные и плодотворные;
- д) Стабильные и изменчивые;
- е) Плодотворные и изменчивые.

Ответ: а, б, в, г, д, е.

**5. Что является признаком стабильной технологии?**

- а) Совпадение сроков существования спроса на продукт, технологии его производства и жизненного цикла товара
- б) Совпадение сроков существования спроса на продукт и технологии его производства
- в) Срок спроса на продукт больше срока его производства, а последний более жизненного цикла товара

Ответ: а, б, в.

**6. Что является признаком плодотворной технологии?**

- а.) Совпадение сроков существования спроса на продукт, технологии его производства и жизненного цикла товара;
- б) Совпадение сроков существования спроса на продукт и технологии его производства;
- в) Срок спроса на продукт больше срока его производства, а последний более жизненного цикла товара .

Ответ: а, б, в.

### **7. Что является признаком меняющейся технологии?**

- а.) Совпадение сроков существования спроса на продукт, технологии его производства и жизненного цикла товара;
- б.) Совпадение сроков существования спроса на продукт и технологии его производства;
- в) Срок спроса на продукт больше срока его производства, а последний более жизненного цикла товара .

### **8. Каким конкурентам в большей степени присущи недобросовестные действия в конкурентной борьбе, как присвоение товарных знаков, подделка продуктов и услуг?**

- а) Коммутантам (серым мышкам);
- б) Пациентам (хитрым лесам);
- в) Виолентам (гордым львам, огучим слонам и неуклюжим бегемотам)
- г) Эксплерентам (весенним ласточкам).

Ответ: а, б, в, г, д, е.

### **9. Каким фирмам в большей степени присущ предпринимательский характер бизнеса?**

- а.) Коммутантам (серым мышкам);
- б) Пациентам (хитрым лисам);
- в) Виолентам (гордым львам, могучим слонам и неуклюжим бегемотам);
- г) Экспериментам (весенним ласточкам).

Ответ: а, б, в, г.

### **10. С помощью какого средства пациенты удерживают свою нишу рынка?**

- а.) Ценовой политики;

- б) Рекламы;
- в) Технологии;
- г) Государственных ограничений.

Ответ: а, б, в, г.

## СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

### Занятие 4. По теме 4

Вопрос для обсуждения:

Охарактеризуйте содержание стратегического планирования: сущность и главные элементы плановой работы.

Оцените динамику развития стратегической зоны бизнес-фирмы.

Рекомендуйте организационно-экономическую форму бизнеса для достижения стратегических целей бизнеса.

Составьте бизнес-план фирмы с учетом состояния и динамики развития внешней и внутренней среды.

Обоснуйте роль нормативно-правовых актов в формировании внешней среды и их влияние на динамику развития внутренней среды бизнес-фирмы.

### **Проблемные вопросы**

Стратегическое планирование – это процесс управления и поддержание стратегического соответствия между целями фирмы и ее потенциальными возможностями.

Составляющие стратегического планирования это программы фирмы, задачи и цели фирмы, планы развития хозяйственного портфеля, стратегия роста.

Выявите основное орудие сферы стратегического планирования.

Определите общее и отличное в индикативном, директивном и стратегическом планировании.

3. Составьте маркетинговую программу бизнес-плана фирмы. Для этого необходимо:

- определить цель маркетинговой деятельности фирмы;
- дать характеристику основных свойств товара;
- определить конечных потребителей;
- выяснить факторы, влияющие на спрос и его эластичность;
- определить влияние на продукт возможных технологических изменений;
- предоставить информацию о разработке субститутов;
- рассчитать цену (стратегию, тактику, уровень);
- спрогнозировать метод и каналы реализации;
- организовать коммуникационные процессы;
- предположить возможные действия конкурентов;
- указать целевые показатели.

#### **Тестовые задания по теме:**

##### **1.Какова цель управления бизнесом?**

- а) Ограничение влияния других бизнес-структур;
- б) Управление бизнесом согласно действующему законодательству;
- в) Ограничение влияния на управление бизнесом;
- г) Оказание помощи государственным структурам в управлении субъектами хозяйствования.

Ответ: а, б, в, г.

##### **2.Какова задача управления?**

- а) Рациональная организация труда и использование материальных ресурсов;
- б) Достижение прибыльности бизнеса;
- в) Достижение ценового паритета на рынке;

г) Занятие своего места на рынке;

д) Все пункты.

Ответ: а, б, в, г, д.

### **3. Какие функции управления бизнеса?**

а.) Контроль деятельности фирмы;

б) Планирование деятельности компании;

в) Анализ и корректировка принятых управленческих решений;

г) Организация учета и контроль использования материальных ресурсов;

д) Принятие хозяйственных решений;

е) Ограничения в принятии управленческих решений.

Ответ: а, б, в, г, д, е.

### **4. Какие принципы управления присущи бизнесу?**

а.) Научное обоснование;

б) Комплексность в принятии управленческих задач;

в) Единство показателей планов и отчетных данных

г) Демократичность;

д) Коллегиальность в принятии управленческих решений.

Ответ: а, б, в, г, д.

### **5. Менеджмент в бизнесе – это:**

а.) Система эффективного использования управленческих кадров предприятия в целях достижения высоких экономических показателей деятельности;

б) Система использования современных технических средств информатизации и управления предприятием: персональных компьютеров, системы «Интернет»;

в) Системы эффективного использования профессиональных и личных возможностей всего персонала предприятия на основе индивидуализации подхода к человеку с целью получения высоких показателей экономической деятельности.

Ответ: а, б, в.

**6. Какая последовательность этапов принятия управленческих решений в менеджменте верна:**

а) Возникновение управленческого стимула, сбор оперативной информации, целевое установление;

б) Целеустановка, выработка альтернативных вариантов, принятие окончательного управленческого решения;

в) Целеустановление, сбор и анализ оперативной информации, возникновение управленческого стимула?

Ответ: а, б, в.

**7. Какая позиция запрещается антимонопольным законодательством:**

а.) Уровень монопольного положения компании достигает 34%;

б) Согласование действий конкурентов по распределению рынков по территориальному признаку;

в) Проведение рекламы товаров без уплаты налогов на рекламу.

Ответ: а, б, в.

**8. Какая функция не присуща рекламе?**

а) Предоставление информации о продукте;

б) Идентификация продукта или услуги;

в) Побуждение потенциальных покупателей испытать продукт;

г) Стимулирование продаж и потребления продукта;

д) Повышение эффективности маркетинга.

Ответ: а, б, в, г, д.

### **9. Что нужно для открытия счета в банке?**

а) Свидетельство о госрегистрации;

б) Копия идентификационного кода;

в) Бизнес-план;

г) Устав фирмы;

д) Свидетельство о регистрации и копия идентификационного кода.

Ответ: а, б, в, г, д.

## **СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:**

### **Занятие 5. По теме 5.**

Вопрос для обсуждения.

Определить сущность и главные принципы коммерческого расчета.

Обоснуйте инвестиционную политику и деятельность компании для обеспечения устойчивой прибыли.

Выберите методы и источники финансирования.

Обозначить место фирмы на рынке, определить цель фирмы, сформулировать эффективную ценовую политику.

Определите основные формы и методы криминальной производственной, финансовой и коммерческой деятельности и пути борьбы с ними.

### **Проблемные вопросы**

Определитесь, возможно ли признать хозяйственную обособленность причиной существования коммерческого расчета, его содержанием – самостоятельность, соизмерение затрат и результатов и стимулирование, а целью - максимизация прибыли?

Финансовый менеджмент направлен на управление движением финансовых ресурсов и финансовых отношений, возникающих между субъектами хозяйствования в этой связи, обоснуйте, какая функция субъекта управления, по Вашему мнению, важнее: планирование, прогнозирование и организация, регулирование, координация, контроль.

### Тестовые задания по теме:

#### 1. Классическая модель предпринимательского бизнеса – это:

- а) Подражание лучшим образцам деятельности государственных предприятий;
- б) Воспроизводство бизнеса по методу аналогов экономической деятельности;
- в) Рыночная деятельность на основе детального бизнес-плана.

Ответ: а, б, в

#### 2. Инновационная модель предпринимательского бизнеса – это:

- а) Создание инновационно-внедренческой «венчурной» фирмы; использование в деятельности фирмы изобретений и «ноу-хау»;
- б) Работы фирмы на основе маркетинговых исследований с использованием новшеств в организации производственно-сбытовой деятельности.

Ответ: а, б.

#### 3. Потребительский бизнес – это:

- а) Поиск товаров и услуг по минимальным ценам; выбор надежных источников рекламной информации;
- б) Покупка товаров с оптимальным соотношением цены к уровням качества и сервисным услугам.

Ответ: а, б.

**4. Производственный бизнес – это:**

- а) Организация производства продуктов народного потребления;
- б) Производство промышленного оборудования, станков, технологической оснастки;
- в) Производство товаров разного назначения на основе маркетинговых исследований.

Ответ: а, б, в

**5. Коммерческий бизнес – это:**

- а) Перепродажа товаров с целью удовлетворения потребностей потребителей;
- б) Предоставление широкого спектра бытовых услуг в специализированных заведениях (мастерских, ателье и т.п.);
- в) Предоставление услуг в сфере высшего и специального образования через систему коммерческих учебных заведений (вузов, колледжей и т.п.).

Ответ: а, б, в.

**6. Финансовый бизнес – это:**

- а) Купля-продажа ценных бумаг на фондовой бирже;
- б) Сфера деятельности банков, биржевых и внебиржевых финансово-инвестиционных структур;
- в) Экономическая инвестиционная деятельность компаний?

Ответ: а, б, в.

**7. Консультативный бизнес – это:**

- а) Предоставление аудиторских услуг в сфере бухгалтерского учета;

- б) Проведение консультаций по организации производства;
- в) Предоставление консультационных услуг, предусмотренных Уставом консультационной компании.

Ответ: а, б, в.

### **8. Государственный бизнес – это:**

- а) Делегирование государством отдельных экономических функций представителям негосударственных бизнес-структур;
- б) Проведение государством финансово-экономической политики с целью получения прибыли на внутреннем и внешнем рынках;
- в) Создание государством особых условий хозяйственной деятельности для бизнес-структур с целью увеличения налоговых поступлений?

Ответ: а, б, в.

### **9. Назовите группу из трех основных факторов, определяющих прибыльную деятельность предприятия:**

- а) Уровень технологий, стоимость продукции, качество продукции;
- б) Система маркетинга, квалификация персонала, стоимость продукции;
- в) Система менеджмента, инвестиционная обеспеченность, квалификация персонала.

Ответ: а, б, в

### **10. Сколько уровней имеет банковская система страны:**

- а) Три уровня: Национальный банк, акционерно-коммерческие банки, небанковские финансово инвестиционные компании;
- б). Два уровня: Национальный банк, акционерно-коммерческие банки;
- 7) Четыре уровня: Национальный банк, акционерно-коммерческие банки, небанковские финансово инвестиционные компании, кредитные союзы и союзы.

Ответ: а, б, в.

**11. Товарно-сырьевые биржи – это учреждения, где продаются товары и сырья:**

- а) На биржевой экспозиции по образцам;
- б) По образцам, имеющимся в наличии на складах у продавцов;
- в) По показателям и характеристикам, приведенным в биржевых каталогах и бюллетенях.

Ответ: а, б, в.

**12. Маркетинг в бизнесе – это система рыночных исследований, обеспечивающая:**

- а) Определение ценовых показателей продукции фирм-конкурентов и собственных возможностей фирмы по выпуску конкурентоспособной продукции;
- б) определение ценовых, качественных и других характеристик продукции, обеспечивающих конкурентоспособность фирм-конкурентов;
- в) Определение комплекса факторов внешней и внутренней сред фирм, влияющих на достижения.

Ответ: а, б, в.

## СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

### Занятие 6. По теме 6.

Вопросы для обсуждения:

- Денежные и нефинансовые ресурсы предпринимательства.
- Модели деловой активности предпринимателя.

Проблемные вопросы

На основе предложенной литературы определите источники внутренних и внешних инвестиций в экономике Украины. Каков их объем? В какие отрасли они в основном направлены?

В каких случаях производится санация предприятий? На что она ориентирована? В периодических изданиях найдите описание реальных примеров санации государственных предприятий в Украине.

Приведите известные примеры деятельности ОВД по предупреждению и выявлению фиктивного банкротства отдельных предприятий.

Миссия бизнеса это:

- 1.1 Создание материальных и духовных благ;
- 1.2 Становление контактов с другими бизнеструтурами;
- 1.3 Привлечение инвестиции;
- 1.4 Оказание помощи государственным учреждениям.

2. Концепция это:

- 2.1 Выбор путей заслуги цели бизнеса;
- 2.2 Формирование стратегии развития компании;
- 2.3 Выбор путей достижения стратегических целей;
- 2.4 Выбор средств достижения целей.

3. Модели бизнеса:

- 3.1 только личная частная модель развития бизнеса;
- 3.2 Объединение предприятий;
- 3.3 Хозяйственные общества;
- 3.4 Промышленно-финансовые группы;
- 3.5 Холдинговые компании;

3.6 Допустимы все модели и формы развития бизнеса не запрещены законодательством страны.

4. Частное предприятие – это:

Создано только одним учредителем (юридическим лицом);

Создано только одним учредителем (физическим лицом);

Такое, учредителем которого является любое учреждение или предприятие негосударственной формы собственности?

5. Объединение предприятий – это:

5.1 Работа предприятий на основе хозяйственного договора о совместной деятельности;

5.2 Совместная работа предприятий с обязательным наличием Устава такого объединения;

5.3 Совместная деятельность предприятий на основе договора или путем создания юридического лица?

6. Хозяйственные общества – это:

6.1 Организационная форма совместной хозяйственной деятельности физических и юридических лиц с их долевым участием в Уставном фонде;

6.2 Организационная форма деятельности субъектов бизнеса, владеющих акционерным капиталом;

6.3 организационная форма совместной деятельности предприятий, согласно которой доходы распределяются пропорционально стоимости принадлежащих предприятиям акций в общей сумме акционерного капитала?

7. Промышленно-финансовые группы – это:

7.1 Объединение промышленных предприятий и банковских учреждений разных стран, создающих общую продукцию, реализуемую участниками ПФГ в интересах этих стран;

7.2 Юридическое лицо, в составе которого действуют предприятия и банки одного или нескольких государств, создающих определенную номенклатуру продукции, реализуемую Главным предприятием ПФГ;

7.3 Группа промышленных предприятий и финансово-кредитных учреждений, действующих на основе генерального соглашения и создающих

определенную номенклатуру продукции, реализуемую Главным предприятием ПФГ?

8. Холдинговые компании – это:

8.1 Группа предприятий разных форм собственности, объединяющих свой акционерный капитал с целью выполнения масштабных инвестиционных проектов;

8.2 Компания, имеющая в управлении контрольные пакеты других предприятий с целью руководства их хозяйственной деятельностью;

8.3 Договорное объединение предприятий, имеющих собственную финансовую принадлежность, но создающих общий орган административного управления хозяйственной деятельностью?

9. Франчайзинг – это:

9.1 Создание известной фирмой малого «дочернего» предприятия, действующего с использованием товарного знака и логотипа материнской фирмы и продвигающего ее товары в новых сегментах рынка;

9.2 Совместная деятельность крупной фирмы, имеющей общеизвестную товарную марку, с малым независимым предприятием на основе предоставления льготного кредита для приобретения и последующей перепродажи товаров и услуг указанной известной фирмы;

9.3 Совместная деятельность крупной фирмы, имеющей общеизвестную торговую марку, с малым самостоятельным предприятием на основе договора франшизы, по которому продаются определенные права по использованию торговой марки, товаров и внедрению системы высококачественных услуг?

10. Признаки малого бизнеса – это:

10.1 Наличие законодательно ограниченного для определенных видов деятельности количества рабочих;

10.2 наличие основных фондов предприятия определенной первоначальной стоимости;

10.3 Наличие хозяйственных договоров с заказчиками продукции, работ и услуг, составленную на определенную законодательством сумму их стоимости?

11. Хозяйственный расчет в бизнесе – это:

11.1 Система балансового учета результатов деятельности предприятия, основанная на равенстве финансовых показателей по дебету и кредиту;

## СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ:

Занятие 7. По теме 7.

### ***Вопрос для обсуждения:***

1. Необходимость и эффективность рекламы.
2. Виды рекламы и их особенности.
3. Общие принципы организации рекламы.
4. Превентивные действия органов внутренних дел (ОВД) в обеспечении эффективного марочного поведения фирмы.

### **Проблемные вопросы:**

Приведите знакомые вам примеры видов рекламы в зависимости:

1. от объекта рекламы:
  - престижная реклама (для формирования долгосрочного вида организации);
  - реклама марки (для длительного определения конкретного марочного продукта);
  - реклама по рубрикам (для распространения информации о продаже);
  - реклама распродажи;
  - реклама пропаганда.
- 2) от методов действия рекламы на потребителя:
  - информативная;

- сравнительная;
- на питания.

Разработать свой вариант эффективного обращения (содержание, структура, форма) к условной аудитории в рамках информативной рекламы. Рассчитать потенциальные расходы по его осуществлению.

### **Тестовые задания по теме:**

#### **1.Какую функцию выполняет реклама:**

- Учредительную документацию фирмы;
- Рекламу продуктов и услуг;
- Место расположения компании;
- О возможностях фирмы предоставить услуги и т.д.

#### **2. Рекламная деятельность осуществляется согласно:**

- а) Действующего законодательства страны;
- б) Решение руководства фирмы;
- в) Средства массовой информации (СМИ);
- г) Решения государственных учреждений.

Ответ: а, б, в, г.

.

#### **3. Какие формы присущи рекламе:**

- а) Объявление информации в СМИ;
- б) Распространением образцов товаров и услуг;
- в) Предоставление бесплатных услуг;
- г) Участие в международных и региональных выставках и т.п.;
- д) Все приведенные формы рекламной деятельности могут быть не запрещены законодательством в разрешенных местах.

Ответ: а, б, в, г, д.

**4. Какая функция не присуща рекламе?**

- а) Предоставление информации о продукте;
- б) Идентификация продукта или услуги
- в) Побуждение потенциальных покупателей испытать продукт
- г) Стимулирование продаж и потребления продукта
- д) Повышение эффективности маркетинга.

Ответ: а, б, в, г, д.

**5. Какая форма организации рекламной деятельности наиболее эффективна в малом бизнесе:**

- а) Создание рекламного отдела;
- б) Назначение менеджера по рекламе;
- в) Включение в обязанность всех руководителей и рабочих подразделений;
- г) Обратиться к услугам специализированных рекламных агентств.

Ответ: а, б, в, г.

**6. Какая форма организации рекламной деятельности наиболее эффективна в среднем и крупном бизнесе:**

- а) Создание рекламного отдела на хозрасчетном принципе;
- б) Открытие специализированного подразделения по рекламе;
- в) Включение в обязанность всех руководителей и рабочих подразделений;
- г) Получение услуг в специализированных рекламных агентствах разного направления.

Ответ: а, б, в, г.

**7. Деловая репутация фирмы зависит от:**

- а) Добропорядочная рекламная деятельность;

- б) Качества продукции и услуг;
- в) Антимонопольная конкуренция;
- г) Задержание всех требований рекламной, производственной морально-нравственной деятельности фирмы.

Ответ: а, б, в, г.

### ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

Занятие 8. Вопросы для обсуждения и для решения практических задач:

1. Техничко-экономическое обоснование бизнес-проекта.
2. Фазы жизненного цикла бизнес-проекта. Экономические преступления на разных фазах жизненного цикла бизнес-плана.
3. Роль правительства по их предотвращению и наказанию.
4. Коммерческая, финансовая, экономическая эффективность бизнес-проекта (система показателей).

#### **Проблемные вопросы:**

1. Какие основные причины требуют государственного регулирования бизнеса в Казахстане?
2. Перечислите и кратко охарактеризуйте механизмы государственной регуляции бизнеса в Республике Казахстан.
3. Какие методы используются для регулирования бизнеса на государственном уровне в Казахстане? Приведите примеры.
4. В чем заключается роль государственного регулирования в обеспечении конкуренции на рынке Казахстана?
5. Какие формы государственной регуляции бизнеса применяются в Казахстане для защиты интересов потребителей и поддержания социальной стабильности?

*Практический вопрос:* Задание 1. Эффективность предпринимательской деятельности характеризуется системой показателей, отражающих соотношение затрат и результатов в отношении интересов участников бизнес-проекта. Различают коммерческую и бюджетную эффективность (табл.1)

Таблица 1. Показатели оценки эффективности предпринимательской деятельности

№	Показатели	Условные обозначения	Ед.изм.	Последовательность расчета	Комментарий
1.	Чистый дисконтовый доход	NPV	Денежная единица	$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{ДП_t}{at} - IO,$ где ДП <sub>t</sub> – денежный поток t-го года; at – коэффициент дисконтирования t-го год; IO – сумма первоначальной инвестиций	NPV 0, бизнес-проект является эффективным
2.	Индекс доходности	PI	Раза (превышение или уменьшение)	$PI = \sum_{t=1}^T \frac{ДП_t}{IO}$	PI 1, бизнес-проект эффективен
3	Период окупаемости	Ток	Год	$Ток = ti-1 + НЗ/ ДДП_{ti}$ где ti-1 – номер года, который предшествует году полной окупаемости проекта; НЗ – непокрыты затраты на начало года полной окупаемости проекта; ДДП <sub>ti</sub> – дисконтированный денежный поток год полной окупаемости проекта	Время меньше строк реализации бизнес-проекта (5 летв)
4.	Внутренняя норма доходности	IRR	%	$IRR = E1 + \frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} (E2 - E1),$ где E1 – такая ставка дисконта, при которой NPV1 приближенный до «0» и должен иметь положительное значение; E2 – такая ставка дисконта, при которой NPV2 приближенный до «0» и имеет отрицательное значение;	Показатели выше средне-возвещенная цена капитала (9,23%), бизнес-проект эффективен.

Таблица 2.2. Инвестиционная деятельность

№ п\п	Наименования показатели	Значение показателей за шагом расчета					
		Шаг 0	Шаг 1	...	Шаг -т	Ликвидация	
1	Земля	V* H*					
2	Сооружения	V* H*					
3	Машины и оборудования	V* H*					
4	Нематериальные активы	V* H*					
5	Всего: вложений в основной капитал ( = 1+2+3+4)	V* H*					
6	Прирост оборотного капитала	V* H*					
7	Всего инвестиции ( = 5+6)	V* H*					

*Примечание: под знаком “В” обозначается затраты на приобретение активов и увеличение оборотного капитала, которые учитываются знаком “минус”; под знаком “Н” – приход от продажи оборотного капитала, которые учитываются со знаком “плюс”.*

Таблица 3.3. Операционная деятельность

№ п/п	Наименования показатели	Значение показателей за шагом расчета				
		Шаг 0	Шаг 1	Шаг 2	...	Шаг т
1.	Объем продаж					
2	Цена					
3	Выручка (= 12)					
4	Пока реализации доходы					
5	Переменный затраты					
6	Постоянные затраты					
7	Амортизация сооружеи					
8	Амортизация оборудования					
9	Проценты по кредитам					
10	Прибыль до отчисления налога					
11	Налоги та сборы					
12	Чистый доход, что планируется (=10-11)					
13	Амортизация (= 7+8)					
14	Чистый приток от операции (= 12+13)					

Таблица 4.4. Финансовая деятельность

№№	Наименования показатели	Значения показатели за Шагами расчета				
		Шаг 0	Шаг 1	Шаг 2	...	Шаг т
11	Собственный капитал					
22	Краткосрочные кредиты					
33	Долгосрочные кредиты					
44	Погашения задолженности по кредитам					
55	Оплата дивидендов					
66	Сальдо финансовой деятельности					

Таблица 5.5. Чиста ликвидационная стоимость

№№	Наименования	Земля	Сооружения	Машины, оборудования	Всего
1	Рыночная стоимость				
2	Затраты				
3	Начислено амортизации				
4	Балансовая стоимость на Т-ом шаге				
5	Затраты по ликвидации				
6	Доход от прироста стоимости капитала				
7	Операционный доход				
8	Налоги				
9	Чистая ликвидация амортизации				

## Задача 2.

Определить бюджетную эффективность бизнес проекта для каждого года реализации проекта и интегральный бюджетный эффект.

Бизнес-проект нацелен на увеличение мощности системы водоснабжения. Существующая система дает 40 млн.куб.м./г. Сейчас спрос на воду составляет 20 млн. куб.

Прогнозируется его рост в течение 7 лет в будущем. Через 15 лет срок службы системы водоснабжения истечет, требуется ее реконструкция.

Таблица 1. Поставка воды, млн.куб.м.

Год	1	2	3	4	5	6	7-15
Ежегодная поставка	20	30	40	50	60	70	80

Таблица 2. Инвестиционные затраты на бизнес-проект, тыс.евро

№№	Наименования показатели	Годы		
		1	2	3
1	Стоимость земли	500		
2	Сооружения	1 000	6 000	
3	Оборудования	-	2 500	5 000
4	Прирост оборотного капитала	200	200	
	ВСЕГО	1 700	8 700	5 000

Ежегодные эксплуатационные расходы с 4 по 15 год составляют 1392 тыс. евро. местный бюджет получит выгоды от реализации проекта за счет:

1. Платы за использование системы водоснабжения 0,15 евро/м<sup>3</sup>.
2. Предприятия, на долю которых приходится 30% объема потребляемой воды, дополнительно платят 0,05 евро/м<sup>3</sup>.
3. Дополнительные налоговые сборы составляют 50 000 в 4-м году, 100 000 – в 5-м году, 150 000 – в 6-м году, и начиная с 7-го – 200 000 тыс. евро.

### Задание 3

Для открытия собственного бизнеса инвестирована 180 000 млн.тг банковского кредита.

Срок возврата кредита - 4 года (*не считая первого года для согласования условий с кредитором и запуска собственного бизнеса*).

- Фирма ежегодно реализует продукцию 400 ед./шт, т);
- Цена реализации ед. продукции, 500 тг/год;
- Себестоимость (коммерческая) ед. продукции, 330 тг /год;
- Сумма ежегодных отчислений в банк 40000 тг /год;
- Остаточная(ликвидационная) стоимость 20000 тг. ( в конце периода);
- Ставка налога на прибыль, 30%;
- Коэффициент дисконтирования денежных потоков, 25%.

1) Определить срок окупаемости, годы?

2) Что делать если в 1-й год, объем продаж составит 360 ед. (т.е. мощность освоена на 90%)?

3) При каких параметрах инвестиционный проект имеет шанс?

Условия реализации бизнес проекта (табл.1)

Таблица 1 Исходные данные

Годы реализации проекта	Инвестиция, тг.	Кол-во продукции, т	Цена реализ ед., тг.	Себестоимость ед. продукции, тг.	Возврат кредита, тг.	Остаточная ст-сть, тг
n	I	Q <sub>i</sub>	P <sub>i</sub>	S <sub>i</sub>	A <sub>i</sub>	L <sub>n</sub>
0	180000	-	-	-	-	-
1	-	400	500	330	40000	-
2	-	400	500	330	40000	-
3	-	400	500	330	40000	-
4	-	400	500	330	40000	20000

Определить чистый приведенный доход (NPV) по формуле (1):

где:  $I$  – сумма инвестиции, тг;

$Q_i$  – объем производства и реализации продукции в году  $i$ -ом;

$P_i$  – цена единицы продукции в году  $i$ -ом;

$S_i$  – себестоимость единицы продукции в году  $i$ -ом;

$H_n$  – ставка налога на прибыль, %, коэффициент  $H_n = (1 - 30/100) = 0,7$

$A_i$  – сумма отчислений за кредит в году  $i$ -ом;

$L_n$  – ликвидационная (остаточная) стоимость оборудования в году  $i$ -ом;

$K_i$  – коэффициент дисконтирования денежных потоков для  $i$  – го года.

(преобразования  $K_i \rightarrow r$ ;  $K_i = 25/100 = 0,25$ ).

*Для*

$n= 1$ : 1-го года;

$n= 2$ : 2-го года;

$n= 3$ : 3-го года;

$n= 4$ : 4-го года.

$$NPV = 180000 + [(400 \times (500 - 330) \times 0,7 + \dots + 20000 \times 0.4096 = 35068 \text{ тг.}$$

Ответ 1: при неизменных параметрах  $NPV = 35068$  тг.

Окупаемость инвестиционного проекта  $O_k = 180000 / 35068 = 5,18$  лет.

Таким образом, проект окупается за 5,18 лет и фирма заработает 35068 тыс. тг приведенного (условного) чистого дохода.

Ответ 2: Если:  $Q = 360$ ,  $NPV_q = 21827$  тг. Известпроект может окупить затраты, если цена ед. продукции:

1-й год будет  $P_1 = 517,00$  тг/ед.

2-й год  $P_2 = 525,17$  тг /ед.

3- и год  $P_3 = 543,60$  тг./ед.

4- й год  $P_4 = 598,00$  тг./ед.

Или, себестоимость ед. продукции:

1-й год будет  $S_1 = 305,70$  тг /ед.

2-й год  $S_2 = 293,30$  тг /ед.

3- и год  $S_3 = 267,80$  тг./ед.

4- й год  $S_4 = 190,00$  тг./ед.

Или, налог на прибыль (табл.2:

а);  $30\% - 7\% = 23$

б);  $30\% - 10,59\% = 19,41\%$

в):  $30\% - 17,94\% = 13,06\%$

г)  $30\% - 40,36\% = +10,36\%$

Таблица 2

а) Параметры инвестпроекта (после изменения объема продаж до 360 т./год)

Показатели	Исх. показ	Годы			
		1-й	2-й	3-й	4-й
Кол-во( $Q_i$ ), т	400	360	360	360	360
Цена ( $P_i$ ), тг	500,00	527,17	525,17	543,60	598,00
Себестоимость( $S_i$ ), тг	330,00	305,70	293,30	267,80	190,00
Налог( $H_n$ ), %	30	30(-7,0)	30(-10,5)	30(-7,94)	30(-40,36)
Диск.доход (NPV), тг	$\Sigma=35068$	$\Sigma = 35068 (21827)$			

б) Параметры инвестпроекта (после изменения цены до 485 тг/ед.)

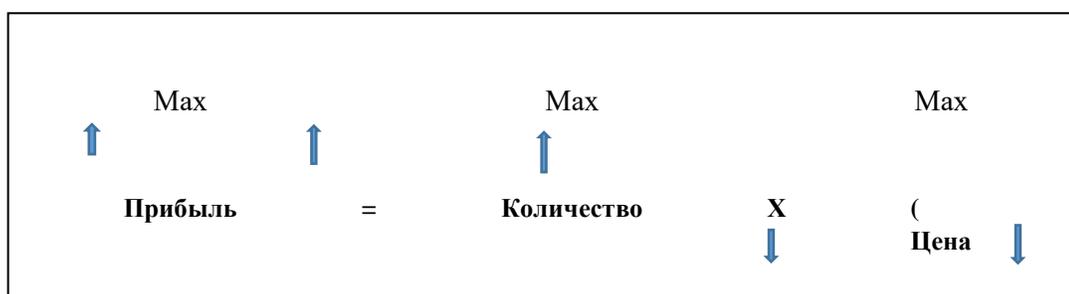
Показатели	Исх. показ	Годы			
		1-й	2-й	3-й	4-й
Кол-во( $Q_i$ ), т	400	515,00	522,68	538,44	586,48
Цена ( $P_i$ ),тг	500	485,00	485,00	485,00	485,00
Себестоимость( $S_i$ ), тг	330	435,29	453,38	490,44	603,49
Налог( $H_n$ ), %	30	30 (- 6,18 )	30 (9,34 )	30 (15,83)	30 (- 35,6 )
Диск.доход (NPV), тг	$\Sigma=35068$	$\Sigma = 35068$			

в) Параметры инвестпроекта (после изменения себестоимости до 350 тт/ед.)

Показатели	Исх. показ	Годы			
		1-й	2-й	3-й	4-й
Кол-во( $Q_i$ ), т	400	516,53	525,00	542,36	595,31
Цена ( $P_i$ ), тт	500	313,47	305,00	287,64	234,69
Себестоимость( $S_i$ тт	330	350,00	350,00	350,00	350,00
Налог( $H_n$ ), %	30	30(- 6,81 )	30(- 10,2 )	30(-7,44)	30(- 39,25 )
Диск.доход (NPV), тт	$\Sigma=35068$	$\Sigma = 35068$			

### Логистика:

а) направления управленческих решений:



б) механизмы управленческих решений.

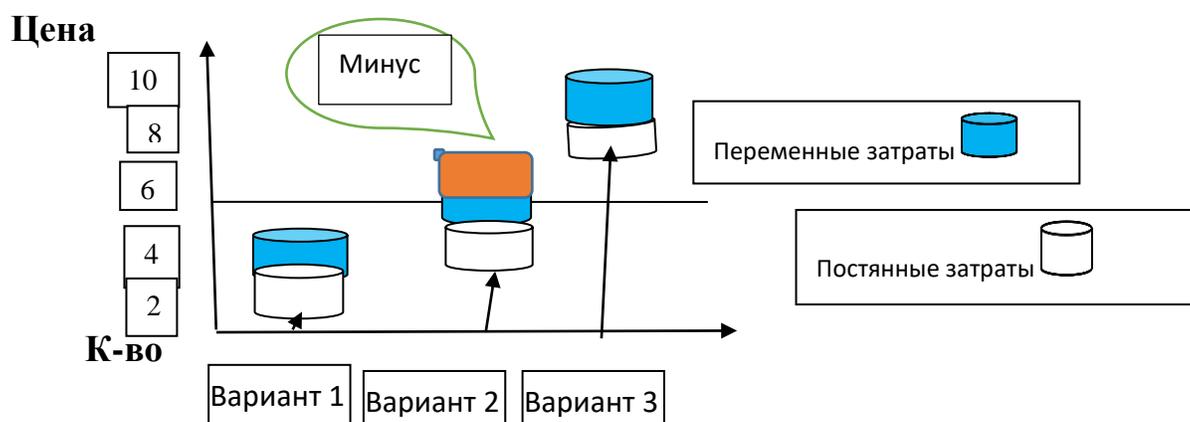


Рис.1. Соотношение переменных и постоянных затрат и их влияния на конечные результаты

*Выводы и предложения: (разработать и совершенствовать методологию, методы и инструментарию)*

Микроуровень:

- От дискретного значения до динамического во времени и пространстве;  $35068 - 21827 = 13241$ ;  $180000 / 35068 = 5,18$  лет.
- Установить связь с АРМ 1С-32.08 (автоматизированная система учета) и перейти на повседневный контроль за ходом реализации инвестиционного проекта отслеживать (изменения параметров проекта: стоимость ГСМ, материалов и сырья и т.д.).

Анализ себестоимости единицы продукции (кг/ тг.) на 01.05.2023

(Протокол №...от , Приказ руководителя проекта №.... Дата ...)

Статья расхода	План	Факт на 01.05.24	Отклонение:	
			+, -	%
Заработная плата, тг.	0,62	0,62	-	-
...				
ГСМ, тг	0,60	0,70	+0,10	16,7
Сырье, тг	1,50	1,45	-0,05	3,3
.....	...	...	...	...
Итого	3,30	3,35	0,05	101,5

Для этого необходимо календарный план реализации проекта:

- Создать единую базу данных для отслеживания и оперативного управления инвестиционным процессом, через СНС – системы национальных счетов.

Макроуровень:

- Глобальная сеть (перспектива будущего, срок расчета ВВП в РК - 1,5-2,0 года;, в США - 0,6; ЕС, Канада -1 год)

## Варианты задания студентам группы Ф-25-1

№	Ф.И.	Группа	Inv, млн.тг	P, млн.тг	S, млн.тг	Q, шт	Налог, %
1	Асанов Алдаш	ФБС-25-1	1800	500	330	400	25
2	Алиев Болат	ФБС-25-1	1810	510	335	410	25
3	Бекенулы Али	ФБС-25-1	1820	520	340	429	25
...	.....	ФБС-25-1	...	...	...	...	...
29	Лукин Рома	ФБС-25-1	1950	600	430	540	25
30	Халилов Марат	ФБС-25-1	1960	620	435	560	25

### СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

#### Занятие 9. По теме 9.

Вопросы для обсуждения:

- Необходимость и сущность государственного регулирования бизнеса
- Механизм государственного регулирования бизнеса (методы регулирования, формы регулирования).
- Борьба с преступностью в сфере бизнеса.

#### **Проблемные вопросы:**

Определите особенности государственного регулирования бизнеса в Казахстане, в отличие от зарубежных стран?

В периодических изданиях найдите статьи, подтверждающие ваши выводы.

Составьте их аннотации.

Назовите пределы государственного вмешательства в экономику на примере деятельности реально работающих компаний. (Обязательно следует сослаться на литературные источники).

Сформулируйте и проанализируйте уровень существующей законодательной базы правового регулирования бизнеса.

Определите область применения государственных заказов на разных уровнях хозяйствования.

Охарактеризуйте применение прямого и косвенного регулирования бизнеса в: а) промышленности; б) АПК; в) транспорте; г) капитальном строительстве.

Приведите известные примеры, когда недостаточное согласование взаимовлияния различных мер государственного регулирования бизнеса снижает эффективность его действий.

## СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

### Занятие 10. По теме 10.

Вопросы для обсуждения.

1. Организация службы безопасности компании.
2. Система сохранности имущества компании.
3. Организация службы финансовой безопасности компании.
4. Организация службы «кибер» безопасности.
5. Служба сохранности компании: цели, задачи, структура.
6. Координация деятельности служб безопасности с правоохранительными органами.

### **Проблемные вопросы:**

Докажите, что страхование является одним из способов управления рисками в предпринимательской деятельности.

Приведите примеры реальной практики использования механизма страхования. Смотри газету лиги страховщиков в Казахстана, «Казахстан-Busines». Успехи использования механизма страхования (примеры).

Определите цель деятельности службы безопасности фирмы, ее задачи и структуру.

Фирма может быть безопасности без комплекса организационных служб по защите бизнеса.

Борьба с международным терроризмом и преступностью в сфере экономики и финансов.

## СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ:

### Занятие 11. По теме 11.

Вопросы для обсуждения:

12. Что понимают под технологиями искусственного интеллекта? В чем их сущность?

13. Поясните, что такое искусственный интеллект, и какие типы ИИ используются?

14. Поясните, *какова роль искусственного интеллекта в управлении бизнес-процессами?*

15. В каких сферах активно применяется искусственный интеллект?

16. Что представляет собой система *управления бизнес-процессами (BPM)*

17. Поясните, в чем основа успеха использования ИИ в практике бизнеса?

18. Перечислите ключевые аспекты использования искусственного интеллекта (ИИ) в управлении бизнесом?

19. Насколько сегодня урегулированы вопросы, связанные с искусственным интеллектом, в казахстанском законодательстве?

20. Какие сферы деятельности человека можно автоматизировать с помощью искусственного интеллекта?

21. В чем преимущества искусственного интеллекта (ИИ) в управлении бизнесом?

22. Какие недостатки могут возникнуть при внедрении ИИ в бизнес?

**Проблемные вопросы:**

- Приведите примеры правовых случаев и их влияние на управление цифровыми продуктами.
- Примените инструменты и подходы к внедрению ИИ в бизнес-процессы.
- Приведите примеры успешных проектов интеграции ИИ в бизнес-трансформацию.
- Анализируйте результаты и их влияние на бизнес-стратегию.

**ЗАДАНИЕ №1.**

Дайте развернутый ответ на следующие вопросы:

1. Определите и приведите примеры бизнес-процессов, подлежащих автоматизации с использованием ИИ.
2. Поясните технологии ИИ для автоматизации задач и процессов.
3. Приведите примеры успешной автоматизации бизнес-процессов с помощью ИИ.
4. Оцените инструменты и платформы ИИ для автоматизации бизнес-процессов.
5. Приведите примеры успешного использования ИИ для управления инновациями.

6. Приведите примеры успешных инновационных продуктов, разработанных с использованием ИИ.
7. Определите основные правовые вопросы, связанные с применением ИИ в управлении бизнесом.
8. Назовите экономические последствия использования ИИ в практике деятельности организаций.
9. Приведите примеры правовых случаев и их влияние на управление цифровыми продуктами.
10. Примените инструменты и подходы к внедрению ИИ в бизнес-процессы.
11. Приведите примеры успешных проектов интеграции ИИ в бизнес-трансформацию.
12. Анализируйте результаты и их влияние на бизнес-стратегию.
13. Поясните основные концепции и методы бизнес-процессов, а также их роли и значимости в организации с применением искусственного интеллекта.

## **ЗАДАНИЕ №2.**

**Бизнес-кейс 1.** Оптимизация управления проектами с помощью искусственного интеллекта.

ТОО «АВС» занимается разработкой программного обеспечения и управляет множеством проектов одновременно. Проблемы с соблюдением сроков, перерасход бюджета и низкая продуктивность команды негативно сказываются на эффективности работы.

### ***Задание:***

- Как вы думаете, с какими проблемами сталкивается Компания?
- Предложите пути решения данных проблем.

### ***Решение бизнес-кейса:***

1) Компания сталкивается с такими проблемами:

- Несоответствие сроков: Частые задержки в выполнении задач из-за неэффективного распределения ресурсов.
- Перерасход бюджета: Непредсказуемые изменения в объеме работ приводят к превышению запланированных затрат.
- Низкая видимость статуса проектов: Менеджеры теряют контроль над процессом и не могут своевременно принимать решения.

2) Внедрение системы ИИ для оптимизации управления проектами, которая включает следующие элементы:

- Прогнозирование сроков выполнения: Использование ИИ для анализа исторических данных по проектам и определения вероятности соблюдения сроков выполнения задач.
- Анализ производительности команды: ИИ может отслеживать работу команды и выявлять узкие места, а также предлагать решения по улучшению производительности.
- Оптимизация распределения ресурсов: Система анализирует текущие проекты и рекомендует оптимальное распределение ресурсов (человеческих и материальных) для достижения максимальной эффективности.
- Управление рисками: ИИ анализирует возможные риски и предлагает стратегии для их минимизации.

### ***Реализация:***

- Сбор и анализ исторических данных по проектам (сроки, затраты, производительность).
- Разработка ИИ-модели на основе собранных данных.
- Интеграция системы ИИ в существующую платформу управления проектами.

- Обучение команды работе с новой системой и внедрение новых процессов.
- Результаты:
- Соблюдение сроков: Уровень выполнения проектов в срок увеличивается на 30%.
- Снижение перерасхода бюджета: Бюджеты проектов становятся более предсказуемыми, и перерасходы сокращаются на 25%.
- Повышение продуктивности: Команда работает более эффективно, что приводит к увеличению общего объема выполненных проектов.

***Выводы:***

Использование ИИ для управления проектами позволяет ТОО «АВС» значительно повысить эффективность работы, улучшить контроль за сроками и бюджетами, а также оптимизировать распределение ресурсов. Это подтверждает, что интеграция ИИ в управление бизнес-процессами может привести к значительным улучшениям.

**ЗАДАНИЕ №3.**

**Бизнес-кейс 2.** Оптимизация цепочки поставок с помощью искусственного интеллекта.

ТОО «XYZ» занимается производством и продажей электроники. У нее сложная цепочка поставок, включая множество поставщиков и дистрибьюторов. Частые задержки и неправильные прогнозы спроса приводят к увеличению затрат и снижению уровня обслуживания клиентов.

***Задание:***

- Как вы думаете, с какими проблемами сталкивается Компания?
- Предложите пути решения данных проблем.

### ***Решение бизнес-кейса:***

1) Компания сталкивается с такими проблемами:

- Неправильные прогнозы спроса, что приводит к избыточным запасам или нехватке товара.
- Высокие затраты на хранение и логистику.
- Низкая скорость реагирования на изменения рынка.

2) Внедрение ИИ для оптимизации цепочки поставок. Решение включает следующие компоненты:

- Анализ больших данных: Использование ИИ для анализа исторических данных о продажах, сезонных колебаниях и рыночных тенденциях.
- Предиктивная аналитика: Создание моделей прогнозирования спроса, которые помогут предсказать, какие товары будут востребованы в будущем.
- Оптимизация логистики: ИИ может определить наиболее эффективные маршруты доставки, минимизируя затраты на транспортировку.
- Управление запасами: Автоматизация процессов управления запасами на основе прогнозов спроса, что позволит сократить издержки.

### ***Реализация:***

- Проведение анализа текущих процессов и сбор необходимых данных.
- Разработка и обучение ИИ-моделей на основе собранных данных.
- Интеграция системы ИИ в существующую инфраструктуру компании.
- Обучение сотрудников работе с новой системой.

### ***Результаты:***

- Снижение издержек: Компания уменьшает затраты на хранение и логистику на 20%.

- Увеличение уровня обслуживания: Уровень удовлетворенности клиентов увеличивается благодаря лучшему прогнозированию спроса.
- Повышение эффективности: Уменьшается время на обработку заказов и управление запасами.

***Выводы:***

Использование ИИ в управлении цепочкой поставок позволяет компании ТОО «XYZ» значительно улучшить свои бизнес-процессы, снизить затраты и повысить уровень обслуживания клиентов. Это демонстрирует, как ИИ может трансформировать традиционные подходы в бизнесе.

**Задания для самостоятельной работы обучающихся (СРО) по теме «Искусственный интеллект в управлении бизнес-процессами»**

**ЗАДАНИЕ №1.**

Исследуйте текущие тенденции и инновации в области информационных технологий и их влияние на бизнес-процессы с учетом использования искусственного интеллекта.

**ЗАДАНИЕ №2.**

Составьте таблицу, отражающую особенности этапов перехода к искусственному интеллекту в Республике Казахстан согласно предложенному шаблону:

Этап, год	Основное содержание этапа

## Тестовые задания по теме:

### 1. Что такое искусственный интеллект?

- a) *Способность компьютеров выполнять задачи, которые требуют человеческого интеллекта*
- b) Искключительно вычислительная мощность
- c) Технология, используемая только в играх

### 2. Какую роль играет машинное обучение в искусственном интеллекте?

- a) *Оно является основой для всех ИИ-систем*
- b) Оно используется только для анализа данных
- c) Оно не связано с искусственным интеллектом

### 3. Какой из следующих методов используется в машинном обучении?

- a) Ручной ввод данных
- b) *Алгоритмы классификации*
- c) Оба ответа неверны

### 4. Как искусственный интеллект может помочь в управлении клиентскими отношениями?

- a) *Автоматизация ответов на часто задаваемые вопросы*
- b) Искключительно физическое присутствие сотрудников
- c) Только для анализа финансовых данных

### 5. Какое из следующих утверждений о предсказательной аналитике является верным?

- a) *Она использует исторические данные для предсказания будущих событий*

- b) Она не имеет практического применения в бизнесе
- c) Она основана исключительно на случайных догадках

**6. Как искусственный интеллект может способствовать оптимизации бизнес-процессов?**

- a) Сокращение рабочей силы без объяснений
- b) *Анализ и автоматизация рутинных задач*
- c) Увеличение сложности процессов

**7. Какой из следующих аспектов является этической проблемой в использовании искусственного интеллекта?**

- a) Увеличение эффективности
- b) *Приватность данных пользователей*
- c) Упрощение рабочих процессов

**8. Как искусственного интеллекта может улучшить процесс принятия решений в бизнесе?**

- a) *Обеспечение оперативной аналитики в реальном времени*
- b) Усложнение процессов принятия решений
- c) Использование интуиции менеджеров вместо данных

**9. Как можно минимизировать риски, связанные с использованием искусственного интеллекта?**

- a) Игнорировать существующие нормы и правила
- b) *Внедрять прозрачные алгоритмы и этические нормы*
- c) Сокращать количество сотрудников

**10. Какой из следующих способов искусственного интеллекта может улучшить маркетинговые кампании?**

- a) *Анализ данных о потребительских предпочтениях*
- b) Увеличение бюджета на рекламу без анализа
- c) Игнорирование обратной связи от клиентов

**11. Как искусственный интеллект может помочь в управлении цепочкой поставок?**

- a) *Автоматизация прогнозирования спроса*
- b) Увеличение количества ручных операций
- c) Сокращение объема данных

**12. Как искусственный интеллект может быть использован в процессе рекрутинга?**

- a) *Анализ резюме и отбор кандидатов*
- b) Полное игнорирование данных о кандидатах
- c) Увеличение времени на рассмотрение заявок

**13. Какой из следующих методов искусственного интеллекта может помочь в удержании сотрудников?**

- a) *Прогнозирование вероятности увольнения сотрудников*
- b) Игнорирование отзывов сотрудников
- c) Сокращение программ обучения

**14. Какой инструмент на основе искусственного интеллекта может помочь в оценке эффективности сотрудников?**

- a) Программы для автоматизации расчета зарплат
- b) *Системы обратной связи и оценки производительности*

с) Ручной мониторинг рабочего времени

**15. Как искусственный интеллект может помочь в анализе больших данных?**

- а) Упрощение сложных алгоритмов
- б) *Обнаружение скрытых закономерностей и трендов*
- с) Игнорирование больших объемов информации

**Литература по теме 11**

- Томас Д. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-практику: Преимущества и сложности: книга // - Изд. Альпина Паблишер, - 2020. – 316 с.
- Өмірәлі Ж.О. Гражданское право: Общая часть. Альбом схем: учебное пособие / ЕЮА им.Д.А.Кунаева. – Алматы: Алматы-Болашақ, 2020. – 224 с.
- Предпринимательский Кодекс РК от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.)// <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>
- Закон Республики Казахстан «Об информатизации» от 24 ноября 2015 года №418-V ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 20.08.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z150000041>
- Закон Республики Казахстан от 10 июня 1996 года № 6-I Об авторском праве и смежных правах (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z960000006>
- Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 269. Об утверждении Концепции цифровой трансформации, развития отрасли ИКТ и кибербезопасности на 2023 - 2029 годы // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P230000026>

## ГЛОССАРИЙ

### А

**Активные операции** – это операции по размещению банками собственного капитала и привлеченных ресурсов с целью получения дохода, обеспечения деятельности и поддержки необходимого уровня ликвидности.

**Акция** – ценная бумага без установленного срока обращения, удостоверяющая долевое участие в уставном фонде акционерного общества, подтверждающая право на участие в управлении обществом, предоставляет право его владельцу на получение части прибыли в виде дивиденда, а также на участие в распределении имущества при его ликвидации.

**Антикризисное управление банком** – это комплекс мер, направленных на выявление факторов, провоцирующих появление кризиса, своевременную диагностику, предупреждение и нейтрализацию кризиса, направленных на достижение целей деятельности банка, реализацию его стратегии и дальнейшее развитие.

**Активные операции** – это операции по размещению банками собственного капитала и привлеченных ресурсов для получения дохода, обеспечения деятельности и поддержки необходимого уровня ликвидности.

**Акция** – ценная бумага без установленного срока обращения, удостоверяющая долевое участие в уставном фонде акционерного общества, подтверждающая право на участие в управлении обществом, предоставляет право его владельцу на получение части прибыли в виде дивиденда, а также участие в распределении имущества при его ликвидации.

### Б

**Банковская система** – это совокупность различных видов банков и других кредитных учреждений, институтов в их взаимосвязи, существующих в той или иной стране в определенный исторический период и функционирующих в рамках единого финансового механизма; составная часть кредитной системы

**Банковский консорциум** – временное объединение банков, которые создаются для координации действий при совершении разного рода банковских операций или для кредитования одной, но крупной сделки.

**Банк с иностранным капиталом** – банк, в котором доля капитала, принадлежащего хотя бы одному иностранному инвестору составляет не менее 10.

**Банковская деятельность** – привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц и размещение указанных средств от своего имени, на собственных условиях и на риск, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

**Банковская лицензия** – документ, выдаваемый Национальным банком Казахстана в порядке и на условиях, определенных в настоящем Законе, на основании которого банки и филиалы других банков имеют право осуществлять банковскую деятельность.

**Банковская система** – это совокупность различных видов банков и других кредитных учреждений, институтов в их взаимосвязи, существующих в той или иной стране в определенный исторический период и функционирующих в рамках единого финансового механизма; составная часть кредитной системы.

**Банковский консорциум** – временное объединение банков, создаваемых для координации действий при совершении разного рода банковских операций или для кредитования одной, но крупной сделки.

**Бенчмаркинг (Benchmarking)** — это набор методик, которые позволяют изучить опыт конкурентов и внедрить лучшие практики в своей компании.

**Бизнес-процесс** — это последовательность взаимосвязанных этапов, мероприятий или задач, нацеленных на создание продукта или услуги для потребителей (клиентов). Чтобы сделать бизнес-процессы более наглядными их изображают в виде схем или диаграмм.

**Блокчейн (Blockchain)** — это алгоритмы и протоколы децентрализованного хранения и обработки транзакций, структурированных в виде последовательности связанных блоков без возможности их последующего изменения.

## **В**

**Вклад (депозит)** – это средства в наличной или безналичной форме, в валюте Казахстана или в иностранной валюте, которые размещены клиентами на их именных счетах в банке на договорных началах на определенный срок хранения или без указания такого срока и подлежат выплате вкладчику в соответствии с законодательством и условий договора.

**Внедрение** — настройка программного обеспечения на предприятии под различные условия использования и обучение пользователей работе с этим продуктом.

**ВРМ** — системы управления бизнес-процессами, пришедшие в Россию с Запада, где этот класс программ называется BPMS (Business Process Management System) или ВРМ-системы. Основная цель данных систем — осуществить программную поддержку концепции процессного управления организацией.

## **Г**

**Гарантия или поручительство** – это обязательство третьего лица уплатить долг заемщика в случае его неплатежеспособности.

## **Д**

**Диверсификация кредитов** – это распределение их между определенным количеством заемщиков.

**Дисконт** – разница между стоимостью погашения ценных бумаг и стоимостью их приобретения без учета начисленных на время приобретения процентов, если стоимость приобретения ниже стоимости погашения.

**Деловая репутация** – совокупность подтвержденной информации о лице, что дает возможность сделать вывод о профессиональных и управленческих способностях такого лица, его порядочности и соответствии его деятельности требованиям закона.

**Долгосрочное кредитование** – предоставление банками на длительный срок (свыше одного года) ссуд предприятиям и частным лицам на восстановление, расширение и создание основных фондов. Экономические нормативы – устанавливаемые показатели. Национальным банком Казахстана и соблюдение которых обязательно для банков.

## С

**Обеспечение кредита** – метод страхования банка от риска невозврата клиентом ссуды. Залог – это доля материального имущества, право собственности которого принадлежит заемщику и перейдет в банковское учреждение в случае невыполнения заемщиком своих обязательств, предусмотренных кредитным соглашением.

## И

**Инвестиционный портфель банка** – совокупность ценных бумаг, приобретенных банком путём активных операций с целью получения доходов.

**Интеграция** — создание комплексных решений для автоматизации бизнес-процессов предприятия с целью более эффективного управления процессами, производством и организацией в целом.

**Ипотечный кредит** – особый вид экономических отношений по поводу предоставления кредитов под залог недвижимого имущества.

**Искусственный интеллект (ИИ)** : область компьютерных наук, которая стремится наделить машины интеллектом, обычно путем имитации человеческого мышления и действий. ИИ позволяет компьютерам учиться на собственном опыте и приспосабливаться к невидимым входным данным.

## К

**Капитал банка** – остаточная стоимость активов банка после вычета всех его обязательств. Капитал регулятивный (собственные средства) состоит из основного и дополнительного капитала, взвешенного на риски, определяемые нормативно-правовыми актами Национального банка Казахстана.

**Капитал уставный** – уплаченный и зарегистрированный подписной капитал. Клиент банка – любое физическое или юридическое лицо, пользующееся услугами банка.

**Коэффициент ликвидности** – показатель, характеризующий способность компании преобразовывать свои активы в наличные средства для ублажения требований поставщиков и кредиторов компании.

**Кредитная линия** – согласие банка-кредитора предоставить кредит в будущем в размерах, не превышающих заранее оговоренные размеры за определенный промежуток времени без проведения дополнительных специальных переговоров.

**Кредитная политика банка** – это стратегия и тактика банка по привлечению средств и направлению их на кредитование клиентов банка (заемщиков) на основе принципов: возвратности, срочности, целевого использования, обеспеченности, платности.

**Кредитный договор** – это соглашение в письменной форме между кредитором и заемщиком, определяющее взаимные обязательства и ответственность сторон и не может изменяться в одностороннем порядке без согласия обеих сторон.

**Кредитный риск** – вероятность неуплаты заемщиком основного долга и процентов, подлежащих уплате за пользование кредитом в сроки, определенные в кредитном соглашении.

**Кредитор** – субъект кредитных отношений, предоставляющий кредиты другому субъекту хозяйственной деятельности во временное использование.

**Кредитоспособность** – качественная оценка заемщика, которая предоставляется банком для рассмотрения вопроса о возможности и условиях кредитования и позволяет предугадать вероятность своевременного возврата ссуд и их эффективного использования.

## Л

**Ликвидация банка** – процедура прекращения функционирования банка как юридического лица в соответствии с положениями действующего Закона.

## М

**Международное банковское дело** – это система подходов и методов организации и управления банковскими операциями, осуществляемых в международной экономической и правовой среде.

**Международный финансовый рынок** – это глобальная система мобилизации свободных финансовых ресурсов и предоставление их заемщикам из разных стран в условиях рыночной конкуренции.

**Международные финансовые центры** – это административное место сосредоточения банков и работников, осуществляющих широкий спектр международных финансовых операций: депозитные, кредитные, реализующие сделки с ценными бумагами, валютой и золотом.

## Н

**Неплатежеспособность банка** – несостоятельность банка своевременно и в полном объеме выполнить законные требования кредиторов из-за отсутствия средств или уменьшения размера капитала банка до суммы, составляющей менее одной трети минимального размера регулятивного капитала банка.

## О

**Облигация** – ценная бумага, удостоверяющая внесение ее владельцем денежных средств и подтверждающая обязательство заемщика перед кредитором возмещать ему стоимость этой ценной бумаги в предусмотренный в ней срок с выплатой процента.

**Овердрафт** – краткосрочный кредит, предоставляемый банком надежному клиенту сверх его остатка на текущем счете в этом банке в пределах заранее оговоренной суммы путем дебетирования его счета. При этом появляется дебетовое сальдо.

**Сберегательный (депозитный) сертификат** – ценная бумага, выпущенная банком как письменное свидетельство о депонировании денежных средств и удостоверяющая право вкладчика на получение по истечении установленного срока суммы депозита и процентов по нему. Пассивные операции связаны с формированием собственного капитала и ресурсной базы банка, обеспечивают проведение активных операций с целью достижения запланированных показателей доходности и залог ликвидности и платежеспособности.

## II

**Подразделение банка** – структурная единица банка, не имеющая статуса юридического лица и выполняющая функции, определенные банком.

**Платежеспособность** – способность юридического или физического лица своевременно и полностью выполнить свои платежные обязательства.

## III

**Заемщик** – субъект кредитных отношений, получивший во временное пользование деньги на условиях возврата, платности и срочности.

**Представительство банка** – территориально обособленное структурное подразделение банка, выполняющее функции представительства и защиты интересов банка, не осуществляющее банковскую деятельность.

**Проблемная ссуда** – это ссуда, возврат которой может не осуществиться из-за определенных финансовых проблем у заемщика.

**Проектное финансирование** – это финансирование инвестиционных проектов, когда основным обеспечением предоставленных средств является сам проект, то есть доходы, которые в будущем получит предприятие, осуществляющее строительство или реконструкцию. Профессиональная

деятельность на рынке ценных бумаг – это предпринимательская деятельность по перераспределению финансовых ресурсов посредством ценных бумаг и организационного, информационного, технического и другого обслуживания выпуска и обращения ценных бумаг.

## **Р**

**Реорганизация банка** – слияние, присоединение, выделение, разделение банка, преобразование его организационно-правовой формы, следствием которых является передача, принятие его имущества, средств, прав и обязанностей правопреемникам.

**Риск банковской деятельности** – это вероятность того, что события, ожидаемые или неожиданные, могут оказать негативное влияние на капитал и/или поступление банка.

**Риск-менеджмент** – это система управления рисками, которая включает в себя стратегию и тактику управления, направленные на достижение основных бизнес-целей банка.

**Рыночная стоимость ценной бумаги** – сумма средств или стоимость актива, которые можно получить от продажи этой ценной бумаги на активном рынке ценных бумаг (цена, по которой продавец согласен продать, а покупатель – купить эту ценную бумагу).

**Расчетные банковские операции** – движение денег на банковских счетах, осуществляемое согласно распоряжениям клиентов или в результате действий, которые в рамках закона привели к изменению права собственности на активы.

## **С**

**Системный риск** – это вероятность того, что финансовая система испытывает распад вследствие внешнего потрясения, на который не найдет ответа, или перспектива потери экономической безопасности в результате действий организованной преступности, нарушения функционирования

финансовой организации, что системно важнее, чем потеря доверия среди участников финансового рынка.

**Системообразующий банк** – банк, обязательства которого составляют не менее 10 процентов от общих обязательств банковской системы.

**СЭД** — система электронного документооборота, автоматизация системы управления корпоративным документооборотом, которая позволяет сократить время на обработку документов, снижает риски случайной потери данных и позволяет руководству контролировать выполнение управленческих решений.

## П

**Потребительский кредит** – кредит, предоставляемый как в национальной, так и иностранной валютах физическим лицам-резидентам Казахстана на приобретение потребительских товаров длительного пользования и услуг и возвращается в рассрочку, если иное не предусмотрено условиями кредитного договора.

## Ф

**Филиал банка** – обособленное структурное подразделение банка, не имеющее статуса юридического лица и осуществляющее банковскую деятельность от имени банка.

## Э

**Эмиссионные разницы (эмиссионный доход)** – сумма средств, полученных предприятием от первичной эмиссии (выпуска) собственных акций и других корпоративных прав над номиналом таких акций (других корпоративных прав).

## НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА:

1. Предпринимательский Кодекс РК от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.)// <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>
2. Гражданский Кодекс РК от 27 декабря 1994 года № 268-ХІІІ. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K940001000>
3. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Особенная часть) от 1 июля 1999 года № 409. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K990000409>
4. Кодекс РК «Об административных правонарушениях» от 5 июля 2014 года № 235-V ЗРК. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 18.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K140000023>
5. О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам ведения бизнеса Закон Республики Казахстан от 6 апреля 2024 года № 71-VІІІ ЗРК (обновлен 06.04.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2400000071>
6. Постановление Правительства Республики Казахстан от 13 ноября 2018 года № 746. Об утверждении Государственной программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 – 2021 годы "Еңбек" // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000746#z867>
7. Закон Республики Казахстан «О государственных услугах» от 15 апреля 2013 года №88-V (с изменениями дополнениями по состоянию на 22.07.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1300000088>
8. Закон Республики Казахстан «Об информатизации» от 24 ноября 2015 года №418-V ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 20.08.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z150000041>

9. Закон Республики Казахстан «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» от 7 января 2003 года №370 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 22.07.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z03000037>
10. Приказ Заместителя Премьер-Министра Республики Казахстан - Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 27 ноября 2018 года № 477. О некоторых мерах по реализации Государственной программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы "Еңбек" Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 28 ноября 2018 года № 17812. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 15.09.2021 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1800017812>
11. Об утверждении Правил проведения камерального контроля. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 30 ноября 2015 года №598. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 29 декабря 2015 года №12599. (обновлен 27.02.2024г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1500012599>
12. О внесении изменений и дополнений в некоторые нормативные правовые акты Республики Казахстан по вопросам кредитных бюро и регулирования банковской и микрофинансовой деятельности Постановление Правления Агентства Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка от 21 февраля 2022 года № 7. Зарегистрировано в Министерстве юстиции Республики Казахстан 24 февраля 2022 года № 26922. (обновлен 19.08.2024г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2200026922>
13. Постановление Правительства Республики Казахстана от 24 декабря 2019 года № 968 Об утверждении Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2025» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 13.10.2021 г.) // [https://egov.kz/cms/ru/articles/state\\_support\\_measures/road\\_business\\_map](https://egov.kz/cms/ru/articles/state_support_measures/road_business_map)

14. О внесении изменений и дополнений в некоторые приказы Министра финансов Республики Казахстан Приказ Заместителя Премьер-Министра - Министра финансов Республики Казахстан от 9 декабря 2022 года № 1250 // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/G22E0001250>
15. Закон Республики Казахстан от 31 августа 1995 года №2444 «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г. // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z950002444>
16. Закон Республики Казахстан от 26 ноября 2012 года №56-V «О микрофинансовых организациях» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.09.2024 г. // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1200000056>
17. «О кредитных товариществах» Закон Республики Казахстан от 28 марта 2003 года №400. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.01.2021 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z030000400>
18. Об утверждении Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020», внесении изменений в постановление Правительства Республики Казахстан от 10 июня 2010 года №556 «О некоторых мерах по реализации Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Казахстан»
19. Закон Республики Казахстан от 29 октября 2015 года №372-V «О сельскохозяйственных кооперативах» (с изменениями от 28.10.2019 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000372>
20. Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года №508 «О рекламе». (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z030000508>

21. Закон Республики Казахстан от 16 мая 2014 года №202-V ЗРК «О разрешениях и уведомлениях» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1400000202>
22. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120>
23. Послание Президента Республики Казахстан Касым-Жомарта Токаева «Справедливый Казахстан: закон и порядок, экономический рост, общественный оптимизм» от 2 сентября 2024 года // <https://imbb.org.kz/2024/09/03/prezident-kazahstana-kasym-zhomart-tokaev-vystupils-poslaniem-narodu-kazahstana>
24. Социальный Кодекс Республики Казахстан (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K2300000224>
25. Закон Республики Казахстан «О жилищных отношениях» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 22.07.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z970000094>
26. Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования торговой деятельности» от 26 января 2011 года № 400-IV (с изменениями по состоянию на 08.06.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1100000400>
27. Закон Республики Казахстан «О платежах и платежных системах» от 26 июля 2016 года №11-VI ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1600000011>
28. О защите прав потребителей Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года №274-IV. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274>

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

(литературные источники приведены на языке оригинала)

1. Богатин Ю. В. Экономическое управление бизнесом: учебное пособие для вузов / Ю. В. Богатин, В. А. Швандар. — Экономическое управление бизнесом, 2023-12-10. — Электрон. дан. (1 файл). — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 391 с.
2. Экономика предприятия: учебник для вузов / под общей редакцией С. П. Кирильчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 458 с.
3. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / Т. К. Руткаускас [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т. К. Руткаускас.— 2-е изд., перераб. и доп.— Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ,2018.—260с.
4. Тарасов А. Н. Современные формы корпоративного мошенничества : практическое пособие / А. Н. Тарасов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 320 с.
5. Городилов А. А., Экономические преступления и теневая экономика : учебник / А. А. Городилов. — Москва : КноРус, 2023. — 314 с.
6. Чеберко Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 219 с.
7. Шендрикова О.О. Экономика предпринимательства: учебное пособие / Шендрикова О.О., Каблашова И.В.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 209 с.
8. Буров В. Ю., – Основы предпринимательства : Часть III, учебное пособие : [в 3 ч. / В. Ю. Буров ; Забайкал. гос. ун-т. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Чита, Практика малого бизнеса. – 2018. - 284с.
9. Предпринимательство : учебник для студентов вузов // Романов А. Н. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. - 689 с.

10. Бень Т., Довбня С. Проблеми і передумови ефективної реструктуризації підприємств // Економіка України. 2000. № 8.
11. Солдаткина О.В. Экономика и управление малым бизнесом: учебник. Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 327 с.
12. Біла С. Тіньова економіка та її вплив на структурне трансформування українського виробництва. // Економіка України. 2000. № 10.
13. Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса: Учебное пособие для вузов / М.Р. Байе; Пер. с англ. под ред. А. М. Никитина. — Москва : ЮНИТИ, 1999. — 744 с.
14. Зараменских, Е. П. Менеджмент: бизнес-информатика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. П. Зараменских. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 407 с.
15. Грибалев Н. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению. С.-П., 1994 – 158 с.
16. Культин Н.Б., Сурина А.В. Ведение в управление инновационными проектами, Учебное пособие. – М., КНОРУС. - 2022.
17. Рысмендиев А. БИЗНЕСМЕН; немесе жоктан бар жасау психологиясы / А. Рысмендиев – Алматы: AEN Press, 2022. -169 б.
18. Томас Д. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-практику: Преимущества и сложности: книга // - Изд. Альпина Паблишер, - 2020. – 316 с.
19. Өмірәлі Ж.О. Гражданское право: Общая часть. Альбом схем: учебное пособие / ЕЮА им.Д.А.Кунаева. – Алматы: Алматы-Болашақ, 2020. – 224 с.
20. Предпринимательский Кодекс РК от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.)// <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>

21. Өмірәлі Ж.О. Гражданское право: Особенная часть. Альбом схем: учебное пособие / ЕЮА им.Д.А.Кунаева. – Алматы: Алматы-Болашақ, 2020. – 224 с.
22. Рысмендиев А. Криситен шыгуынан 7 жолы: Жетістікке бастар 77 нақта кадам. – Алматы. 2017. -152 с..
23. Садиков М.А. Напрями підвищення ефективності інвестиційно-інноваційних проектів // Тез доповіді. ТРУДИ XV-ої Міжнародної науково-практичної конференції Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум - 2019» 4-6 грудня 2019 р. Харків.: НТУ “ХПІ”. 2019. -С.40-41. URL :<http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/37591>
24. Садиков М.А., Родченко В.Б., Завгородій А.В. Методологічні підходи щодо управління інвестиційним ризиком: теорія і практика // Науковий журнал. «Український журнал прикладної економіки». Західноукраїнський національний університет. Публікації 2021 #1/ [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://ujae.org.ua> › 2021/06 › ujae\_2021\_r01\_a09
25. Стонер Джеймс А.Ф., Долан Едвін Г. Вступ у бізнес: Переклад. з англ. / Заг. ред. і вступ. ст. Й.С.Завадського. К.: Вид-во Європ. ун-ту фін., інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2000. – Ч.ІІІ.
26. Умбеталиева Б. Менеджмент / Учебное пособие. – Алматы. Жеті жарғы. 2018. – 390 с.
27. Холодкова В. В. Управление инвестиционным проектом : учебник и практикум для вузов / В. В. Холодкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 302 с.
28. Абдукаримов И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур : учеб. пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 214 с.
29. Толпегина О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. М.: Юрайт. 2024. 630 с.

30. Бондина Н. Н. Экономический анализ в системе управления организацией. М.: Лань. 2023. 196 с.

31. Экономическая безопасность : учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 370 с.

32. Гоулман Д.Н.. Управление бизнесом / Гарвардская школа бизнеса. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 290 с.