

ISSN 1811-1793

ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ



С. ТҰРАЙҒЫРОВ АТЫНДАҒЫ
ПАВЛОДАР МЕМЛЕКЕТТІК
УНИВЕРСИТЕТІ

ЭКОНОМИКАЛЫҚ СЕРИЯ



1'2011

ПМУ ХАБАРШЫСЫ
ВЕСТНИК ПГУ

ОСНОВЫ ДЛЯ НАЧИНАЮЩЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Д.Н. Акбергенова

Павлодарский государственный университет им. С. Торайгырова

Сегодня многие стали понимать, что предпринимательство, во-первых — это возможность обеспечить себя и свою семью; во-вторых — это доказательство самому себе, что он способен на большее, нежели выполнение чужих приказаний; в третьих — это возможность реализации.

Предприниматели — это деловые люди, которые могут увидеть коммерческие возможности, для получения необходимого капитала, могут осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещённые законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами.

Раньше можно было заниматься предпринимательством, полагаясь на удачу и интуицию. Теперь начиная свою деятельность нужно составить свой план, учитывая какой информацией предприниматель располагает на данный период. Тщательно проанализировав ее, придется искать ответы

на вопросы, связанные с развитием бизнеса. На старте своих начинаний нужно обрести твердую уверенность в том, что в ближайшее время, да и в дальнейшем будущем предприятие не только не распадется, но и будет приносить прибыль.

Многие ответы на интересующие вопросы можно получить в результате маркетингового исследования. Конечно, можно получить ответы далеко не на все вопросы, иначе в предпринимательской деятельности отсутствовал бы элемент риска. Но маркетинговое исследование позволяет значительно уменьшить степень коммерческого риска.

В свое время Национальная федерация независимого бизнеса США провела опрос на предмет того, откуда предприниматели черпают идеи для собственного бизнеса. Результаты оказались таковы:

Предыдущее место работы – 42%

Личный интерес – 18%

Случайность – 10%

Поступившее предложение – 8%

Друзья или родственники – 6%

Семейное предприятие – 6%

Образование – 6%

Иные факторы – 6%

Многие начинающие предприниматели начинают свою деятельность наобум, не исследовав рынок. Такие поступки приводят к тому, что предприятие быстро прогорает, оставляя после себя не только неприятные воспоминания, но и крупные кредиторские задолженности. Другие же настолько осторожны и разборчивы, предполагая, что все ниши в бизнесе заняты и отпускают руки. Хотя на самом деле просто полно мало занятых или вообще пустых ниш, где можно и нужно организовать свое собственное дело.

Ошибкой многих начинающих предпринимателей является то, что они не тратят время и деньги на маркетинговые исследования, между тем, это очень важно. Можно гореть какой-то идеей, быть абсолютно уверенным, что все получится, вложить все деньги в проект и остаться ни с чем.

Конечно, на первых порах предпринимательства можно прибегнуть к услугам профессионального маркетолога, который проведет маркетинговые исследования. Но можно потратить время и самостоятельно оценить ситуацию на рынке, перспективы выбранного бизнеса, количество конкурентов, стартовый капитал.

В первую очередь нужно разработать план, с помощью которого предприниматель будет добиваться своих целей для достижения успеха.

Например, план выглядит так:

1. Определение сферы деятельности фирмы.
2. Выбор организационно-правовой формы фирмы.

3. Выбор способа организации бизнеса.

4. Перспективы будущей компании.

В период становления промышленного производства формировались и развивались рынки для массового спроса, производилось то, что можно было произвести, существовал дефицит, и потребитель зависел всецело от продавца, а конкуренция носила второстепенный характер. В условиях развитых рыночных отношений постепенно произошла переориентация производства, которая направлена на удовлетворение нужд и запросов потребителя. Началось формирование рынка покупателя, который предполагает выпуск тех товаров, которые потенциальный потребитель будет согласен приобрести.

В зависимости, в какой отрасли будет осуществляться предпринимательство, нужно собрать информацию о рынке, оценить наличие возможностей для развития будущей фирмы. Предпринимательство имеет свойство затягивать человека, вытесняя развлечения и личную жизнь, поэтому надо найти такую деятельность, которой будет интересно заниматься и в которой сильные стороны индивидуума проявятся наиболее ярко.

Как показывают статистические данные по Павлодарской области, как и в республике в целом преобладающей является доля индивидуальных предпринимателей, которые, как правило, имеют ограниченный штат наемных работников. Предприниматель одновременно выполняют многие управленческие функции, среди которых обязательно должна присутствовать функция осуществления маркетинговых исследований.

Индивидуальные предприниматели, руководители ТОО при ежедневном контакте с потребителями, поставщиками могут лично собирать информацию необходимую для принятия маркетинговых решений. Но если такая информация отсутствует или вовремя не берется во внимание, можно выбрать неверно стратегию дальнейшего развития предприятия, тем самым поставить под угрозу всю деятельность.

Первичную информацию можно поискать в газетах, журналах, рекламных проспектах. В ходе предпринимательской деятельности нужно анализировать: сезонность товара, т.е. колебания спроса на товар, насколько товар пользовался спросом у покупателя, эффект от рекламы, объем продаж, жалобы и пожелания покупателей за прошедший период (квартал, год).

Приобретение предприятия с уже налаженным доходным бизнесом не является фактом того, что результат дальнейшей предпринимательской деятельности будет таким же успешным.

При выборе организационно-правовой формы необходимо учитывать, что согласно законодательной концепции предпринимательства для малого бизнеса это **индивидуальные предприниматели** со среднегодовой численностью работников не более 50-ти человек и **юридические лица**, осуществляющие

частные предпринимательство со среднегодовой численностью работников не более 50-ти человек, а также среднегодовой оборот активов за год не выше шестидесяти тысячекратного месячного расчетного показателя (МРП). Для среднего бизнеса это **индивидуальные предприниматели** без образования юридического лица со среднегодовой численностью работников свыше пятидесяти человек и **юридические лица**, осуществляющие частное предпринимательство со среднегодовой численностью работников свыше пятидесяти, но не более двухсот пятидесяти человек и среднегодовым оборотом активов за год не свыше трехсот двадцати пяти тысячекратного МРП.

На основании вышеизложенного начинающий предприниматель может выбрать одну из двух видов организационно-правовых форм: ИП (индивидуальный предприниматель) или ТОО (Товарищество с ограниченной ответственностью).

Субъекты малого бизнеса вправе самостоятельно выбрать только один из нижеперечисленных порядков исчисления и уплаты налогов, а также представления налоговой отчетности по ним:

- 1) общестановленный порядок;
- 2) специальный налоговый режим на основе разового талона;
- 3) специальный налоговый режим на основе патента;
- 4) специальный налоговый режим на основе упрощенной декларации.

Данное условие не распространяется на лиц, реализующих товары на рынках (за исключением осуществляющих торговлю в стационарных помещениях на территории рынков по договорам аренды).

Подводя итоги изложенного выше можно сказать, что малое и среднее предпринимательство как важная составляющая современного производства во многом способствует поддержанию конкурентного тонаса в экономике, создает естественную социальную опору общественному устройству, организованному на принципах рынка, а также формирует новый социальный слой предпринимателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сост. С.М. Синельников, Т.Г. Соломоник, Р.В. Янборисова. Энциклопедический словарь предпринимателя. / Спб.: Алга – фонд, АЯКС, 1992. – С. 137-138.
2. Смирнов В. Поведение клиентов: методы сбора данных.
3. Ишмуратова А.Г., Какимжанов З.Р.. Вестник КАСУ № 4 – 2005.
4. (п. 7 ст. 6 Закона о частном предпринимательстве)
5. Н. Сирополис. Управление малым бизнесом

Түйіндеме

Банпа шагын және орта кәсіпкерліктің сұрақтары қаралып шыққан, сонымен бірге жаңа бастап жүрген кәсіпкерлер кейбір ұсыныстар берілген.

*Resume*

In article questions of small and average business are considered, and also some recommendations to beginning businessmen are made.