DAMU
КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМЫТУ ҚОРЫ

Committed to Excellence
KIMEP UNIVERSITY

Полноправные люди.
Устойчивые страны.

Предпринимательство
Открытие бизнеса: основы

Май, 2015г.

Крис Нгуен

Предпринимательство. Открытие бизнеса: основы, 61 стр., г.Семей, май 2015

Данная публикация подготовлена в рамках Совместной программы ООН «Повышение конкурентоспособности региона через внедрение инновационных подходов к региональному планированию и оказание социальных услуг населению (на примере Семипалатинского региона)».

Взгляды, представленные в данной публикации, принадлежат автору и необязательно отражают мнение Программы развития ООН.

© Программа развития ООН в Казахстане, 2015
Все права защищены.
Материалы, содержащиеся в настоящей публикации, могут быть использованы полностью или частично, без предварительного согласия Программы развития ООН при условии ссылки на источник.

Полноправные люди.
Устойчивые страны.

ПРООН сотрудничает с представителями всех слоев общества, оказывая помощь в государственном строительстве стран, с тем, чтобы они могли противостоять кризису, и поощряя и поддерживая рост, ведущий к улучшению качества жизни каждого человека. Работая на местах в 177 странах и территориях, мы предлагаем глобальное видение и локальные решения, содействующие более полноправной жизни людей и повышающие жизнестойкость государств.

Предпринимательство:

Открытие бизнеса – Основы

Автор:

Крис Нгуен
CMN CONSULTING

Университет КИМЭП

Май 2015 г.

Committed to Excellence
KIMEP UNIVERSITY

Содержание

Модуль 1
Введение……... 5
Бизнес-план ……..…... 10

Модуль 2
Основные средства коммуникации……. 19
Открытие, маркетинг/продажи……..…… 20

Модуль 3
Отчетность и движение наличных средств ..…… 28
Финансирование/банковские аспекты
ведения бизнеса .....…….. 38

Модуль 4
Организация ……..……... 39
Местоположение …….. 45

Модуль 5
Электронная коммерция, расширение
и проблемы управления……..… 47

Модуль 6
Правовые вопросы и риски ..…….. 53

Модуль 1:

- **Введение**

  Краткий обзор: Цели настоящего учебного семинара заключаются в ознакомлении участников с основными этапами открытия и развития бизнеса; объяснении важности предварительного планирования своего бизнеса и демонстрации участникам способов подготовки бизнес-плана для повышения успеха; и определении ресурсов, способствующих развитию нового предприятия. Что означает предприниматель? Что это значит для открытия бизнеса; почему владение бизнесом – это хорошая инвестиция и как малое и среднее предпринимательство вливается в общий экономический рост.

Настоящее учебное пособие предназначено для молодых предпринимателей, желающих начать свое собственное дело в Казахстане. Данное руководство и учебный материал направлены на умения, необходимые для формирования, поддержки и развития процветающего бизнеса в Казахстане.

Новые предприниматели будут сталкиваться со множеством проблем, которые связаны со способами финансирования бизнеса, рекламирования новых товаров или услуг, выбором правильного расположения или с назначением цены на товары или услуги. Данное вводное учебное пособие помогает предпринимателям сфокусировать свое внимание на основных принципах открытия бизнеса. Темы, которые охватывает настоящее руководство, включают такие предметы обсуждения, как выявление неудовлетворенной потребности, маркетинговая матрица Портера, основы менеджмента, основы учета и бюджетирования, не говоря уже об обслуживании покупателей и наращивания клиентской базы.

Дополнительно к настоящему учебному пособию будут предусмотрены учебники для практической работы, чтобы помочь новым предпринимателям понять принципы поэтапного открытия своего бизнеса, изучая наглядные слайды в PowerPoint в сочетании с примерами из реальной жизни.

Цели специального обучения:

- Понять основные этапы открытия и развития бизнеса
- Подготовить бизнес-планы
- Изучить основы финансирования и маркетинга
- Понять бюрократические принципы, сопровождающие предпринимательство

Бизнес-идея

Одним из основных аспектов любого предприятия является формирование правильной бизнес-идеи. Зачастую это относится к выявлению неудовлетворенных потребностей. Это такая идея, которая может принимать любую форму или возникать в любое время. Например, ночная доставка бизнес-посылок из-за необходимости принятия деловых решений на следующий день (FedEx), или

принятие решения ввиду того, что образование находится на низком уровне (Университет iTunes).

Для чего открывать бизнес?

Помимо всего прочего, наличие хорошей идеи – это основной вопрос, почему вы хотите начать бизнес. На этот вопрос не существует правильного или неправильного ответа. Ответ на данный вопрос заключается в мотивации каждого человека, возрастающей до мотивации каждого предпринимателя. Такая мотивация будет являться одним из ключевых факторов успеха в новом преуспевающем деловом предприятии. В любом случае существует два вида коммерческой деятельности: те, кто получает прибыль и те, кто терпит неудачу. Успешная коммерческая деятельность зиждется на четырех основах:

1. Хорошая идея и рынок.
2. Знания и опыт
3. Ресурсы
4. Мотивация и трудовая этика

Подходит ли для вас предпринимательство?

Открытие собственного дела связано с риском. Вам нужно спросить себя, почему вы хотите начать свое дело и осознаете ли вы, что с этим связано много рисков, а также имеется ли у вас план, чтобы управлять такими рисками и преуспеть в предпринимательстве?

Являетесь ли вы инициатором?

Успешность нового бизнеса будет зависеть от вас. Вы гибки, уверены, обладаете внутренней дисциплиной и способны быстро принимать сложные решения? Можете ли вы организовывать свое время и доводить дела до конца?

Готовы ли вы к требованиям бизнеса?

Руководство небольшим предприятием может изнурять. Будьте готовы к тому, что в день будет уходить от 12 до 16 часов; что придется работать в выходные и, возможно, в праздничные дни. Готова ли ваша семья идти на такие жертвы и выносить давление, которое возникнет в этой связи? Наличие всех ответственностей за предприятие может являться тяжелой ношей; организованность сможет помочь уменьшить стресс. Если потребуется, обратитесь за помощью.

Обладает ли вы деловыми и управленческими навыками?

Вы когда-нибудь работали на небольшом предприятии? Есть ли у вас опыт управления или контроля? Нанимали ли вы ранее людей на работу и увольняли? Понимаете ли вы принцип управления ликвидностью, финансирования и учета? Владеете ли вы основами торговли и маркетинга?

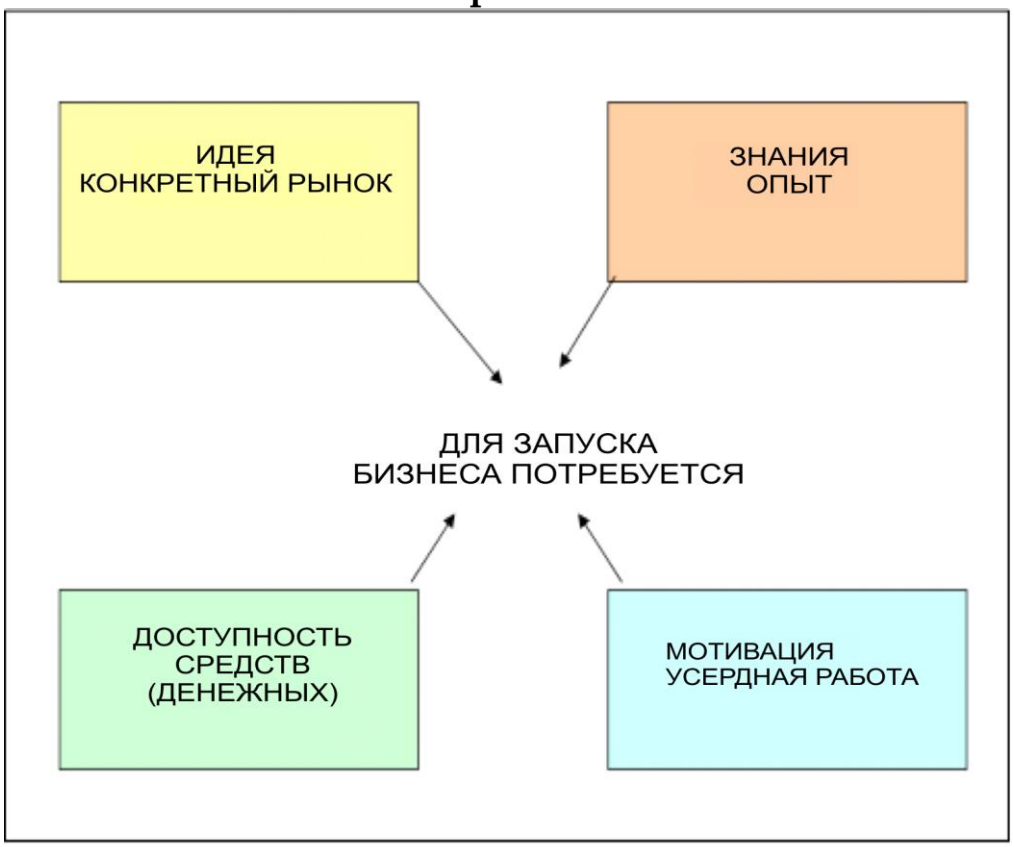
Настоящее руководство предназначено вам в помощь для открытия собственного дела. В нем представлена основная информация, которая вам потребуется для принятия важных решений и направления своего бизнеса на правильный путь. Руководство состоит из основных элементов, необходимых для предпринимателей, чтобы открыть новое дело.

Далее приведены некоторые вопросы, над которыми стоит задуматься при принятии решения о создании собственного бизнеса:

Является ли ваша бизнес-идея осуществимой?

- Требуется ли для вашей идеи деньги?
- Имеется ли у вас опыт работы в промышленной отрасли?
- Обладаете ли вы навыками продажи? Знаете ли вы как продавать?
- Является ли ваша идея новой или новаторской на рыночном сегменте, который вы будете обслуживать, или это доработка уже существующей идеи?
- Можете ли вы подтвердить, что знаете, кто будет у вас покупать?
- Почему они будут покупать у вас?
- Насколько большой ваш рынок сбыта?
- Увеличивается ли ваш рынок сбыта?
- Кто будет вашими конкурентами?
- Вы лучше своих конкурентов? Каким образом?
- Каков основной риск вашей идеи?
- Можете ли вы финансировать этот бизнес?

Основа открытия бизнеса:



Пример:
В городе живет женщина по имени Айгуль. У нее есть швейная машина, и она хочет начать швейный бизнес. Она не уверена, что именно хочет шить. Поэтому она пошла по городу, интересуясь и расспрашивая продавцов в швейных мастерских,

какую одежду они шьют, продают, и какие цены на нее устанавливают. Она заметила, что ни в одной мастерской города не шьют и не продают школьную форму, и решила, что именно с этого и начнет свое дело. Она считает, что может добиться того же качества, или даже лучше, по более низкой цене, и поэтому сможет продавать формы за меньшую цену, чем другие.

Так как она новичок в этом деле, и хочет снизить расходы, решила заниматься швейным бизнесом в своей квартире. Она сшила несколько образцов форм, и стала брать с собой всюду: в школу, когда отводила и забирала детей, на рынок, когда покупала материал, на родительские собрания. Она также рассказывала своей семье и друзьям о том, чем занимается, размещала простые рекламные листовки на доски объявлений в школах и общественных зданиях.

Практическое задание:
Что Айгуль хотела продавать? _____

Кто будет покупать ее продукцию? _____

Где Айгуль будет продавать свою продукцию? _____

Какой должна быть цена? _____

Как Айгуль узнает правильную цену?
_____

Как люди узнают о ее бизнесе?

_____

Предварительные размышления об открытии нового дела

1. По-вашему мнению, с какими трудностями вы столкнетесь при открытии собственного бизнеса?
2. Как вы определяете успех?
3. Какие первые шаги вы должны предпринять, чтобы начать собственное дело?
4. Что вы хотите продавать?
5. Кто будет покупать вашу продукцию или услуги?
6. Сколько будут составлять затраты на изготовление собственной продукции или предложении своих услуг?
7. Какую цену ваши клиенты будут платить?
8. Где вы собираетесь продавать свою продукцию или услуги?
9. Как люди узнают о вашем бизнесе?
10. Какие проекты вы уже составили для своего бизнеса?

Как мы определяем, что бизнес приносит доход?

Простая формула для любого предприятия представлена ниже:

Доход – Издержки = Прибыль

Доход – это то, ради чего мы продаем товары или услуги;
Издержки – это затраты, которые мы понесли в результате изготовления и продажи товаров или услуг; и
Прибыль – это количество заработанных денег

Практическое упражнение:
В первую неделю месяца Юсуф потратил 500 тенге на покупку тетрадей. В течение месяца он может вернуть 400 тенге с продаж. Он потратил 100 тенге на стоимость проезда автобусом и 50 тенге на аренду помещения на рынке.

Каков доход Юсуфа?

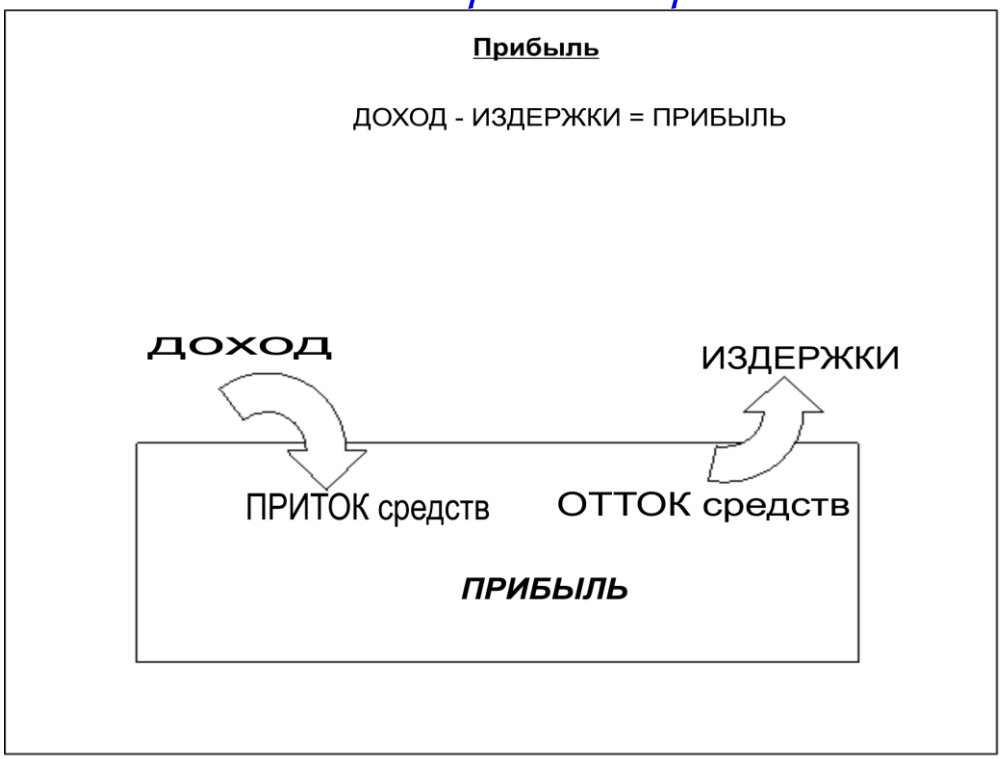
Сколько составили расходы Юсуфа?

Какую прибыль он получил?

Что может сделать Юсуф, чтобы увеличить свою прибыль?

Все ли расходы учтены в данном примере?

Наглядное изображение «Прибыли»



- # Бизнес-план

  Краткий обзор: В данном разделе объясняется важность бизнес-плана, причины того, почему соответствующий бизнес-план является полезным инструментом для предпринимателя; наличие условий для составления правильного плана; в данном модуле будут представлены руководящие принципы для участников по анализу промышленности, конкуренции (ССВУ), продукции и/услуг, которые участники будут предлагать, а также способы создания самого бизнес-плана.

Одним из ключевых успехов открытия нового дела является формирование правильного бизнес-плана. Бизнес-план – это как дорожная карта для нового предпринимателя и его бизнеса. Обычно бизнес-план составляется на 3-5 лет, и в нем определяются направления развития бизнеса компании. Бизнес-план отвечает на основной вопрос: что изготавливать, когда изготавливать, как назначать цену, как рекламировать и продавать. Хорошо составленный бизнес-план предусматривает прочную основу для бизнеса, который вы надеетесь создать. Бизнес-план заставляет вас заранее учитывать все элементы управления прибыльным предприятием. Это поможет вам отслеживать свои успехи в течение первых лет. Бизнес-план является неотъемлемой частью, если вы ищете источники финансирования для своего дела. Он покажет вашу потенциальную возможность и финансовые потребности.

Компоненты бизнес-плана

Несмотря на отсутствие установленного образца для бизнес-плана, он обычно состоит из следующих разделов:

1. Краткая информация
2. Описание компании
3. Анализ рынка (можно подразделить на анализ промышленности, сектора, конкуренции)
4. Организация и управление
5. Линия продуктов или услуг
6. Маркетинг и продажи
7. Запрос на финансирование
8. Прогноз финансового положения
9. Приложения

Краткая информация

Краткая информация часто считается важнейшим разделом всего бизнес-плана. Здесь вы кратко рассказываете своему читателю, где находится ваша компания, где вы хотите, чтобы она еще находилась, и почему ваша бизнес-идея будет успешной. Если вам необходимо финансирование, краткая информация также является вашей первой возможностью, чтобы заинтересовать потенциального инвестора.

Ниже представлены некоторые ключевые пункты, которые должен включать ваш раздел «Краткая информация», исходя из этапа, на котором находится ваш бизнес.

Если вы являетесь существующим предприятием:
Если у вас имеется существующее предприятие, обязательно включите следующую информацию:

- **Заявление о цели –** Это объяснит, каким бизнесом вы занимаетесь. Должно состоять от нескольких предложений до абзаца.

- **Информация о компании –** Включите краткое заявление, которое охватывает дату создания предприятия, имена учредителей и их роли, количество сотрудников и ваше место(а) ведения деятельности.

- **Основные показатели развития –** Включите примеры развития компании, например, ключевые показатели финансового или рыночного положения (например, компания «XYZ» повысила чистую прибыль и удельный вес на рынке в течение года с момента ее основания). Графики и схемы могут быть полезными в данном разделе.

- **Ваша продукция/услуги –** Кратко опишите продукцию или услуги, которые вы предоставляете.

- **Финансовая информация –** Если вы ищете источники финансирования, включите любую информацию о своем текущем банке и инвесторах.

- **Суммируйте будущие планы –** Объясните, где бы вы хотели заниматься своим бизнесом.

За исключением заявления о цели, все сведения в разделе «Краткая информация» должны быть лаконичны и умещаться на одной странице. Краткая информация – это первая часть вашего бизнес-плана, которую увидят многие люди, поэтому каждое слово должно быть содержательным.

Если вы начинаете новый бизнес:
Если вы только начинаете новое дело, у вас не должно быть столько много информации, как в случае с уже существующей компанией. Наоборот, сфокусируйтесь на своем опыте и образовании, а также на решениях, которые привели вас к открытию определенного предприятия.

Продемонстрируйте, что вы выполнили тщательный анализ рынка. Включите информацию о необходимости или пробелах своего рынка сбыта, и как ваши собственные решения могут их заполнить. Убедите читателя, что вы сможете преуспеть на своем целевом рынке, затем сообщите о своих планах на будущее.
Помните, что ваша Краткая информация будет последнее, что вы напишите. Итак, первый раздел бизнес-плана – это раздел с описанием компании.[1]

[1] http://www.sba.gov/content/executive-summary

Описание компании

В данном разделе вашего бизнес-плана предусматривается обзор разных элементов вашего бизнеса на высоком уровне. Он похож на так называемую «речь в лифте», которая может помочь читателям и потенциальным инвесторам быстро понять цель вашего предприятия и уникального предложения.

Что включить в описание своей компании:

- Опишите суть своего бизнеса и перечислите потребности рынка, которые вы стараетесь удовлетворить.
- Объясните, как ваша продукция и услуги отвечают этим потребностям.
- Перечислите конкретных потребителей, организации или предприятия, которые ваша компания обслуживает или будет обслуживать.
- Объясните конкурентные преимущества, которые, по-вашему мнению, сделают ваш бизнес успешным, например, местоположение, опытный персонал, эффективная работа или возможность быть полезным для своих клиентов.[2]

Анализ рынка

Раздел «Анализ рынка» вашего бизнес-плана должен показывать ваши знания о промышленности и рынке, а также ваши результаты исследований и заключения.

Что включить в свой анализ рынка:

Описание предприятия и перспективы на будущее – Опишите свое предприятие, включая его существующий размер и первоначальный темп роста, а также другие направления и характеристики (например, этап жизненного цикла, прогнозируемый темп роста). Далее перечислите группы основных клиентов в пределах вашей отрасли промышленности.

Информация о своем рынке сбыта – Уменьшите свой рынок сбыта до контролируемого размера. Многие предприятия совершают ошибку, пытаясь обратиться к слишком большому количеству рынков сбыта. Проведите исследование и включите следующую информацию о своем рынке:

Характерные особенности – Каковы критические потребности ваших потенциальных клиентов? Удовлетворяются ли эти потребности? Какова демографическая статистика групп и где они расположены? Имеются ли какие-либо сезонные или циклические покупательские направления, которые могут повлиять на ваш бизнес?

Размер основного рынка сбыта – Помимо размера своего рынка, какие данные вы можете включить о ежегодных закупках, которые совершаются на рынке в вашей отрасли? Каков прогнозируемый рыночный рост для данной группы? Для

[2] http://www.sba.gov/content/company-description

получения дополнительной информации, прочитайте наше руководство по исследованию рынка, в котором представлены советы и доступные государственные ресурсы, которые смогут вам помочь сформировать структуру рынка.

Какую долю рынка вы сможете получить? – Какой процент составляет доля рынка, и какое количество клиентов вы ожидаете получить в определенном географическом районе? Объясните логику своих предположений.

Ценообразование и цели общей прибыли – Определите свою ценовую структуру, уровни общей прибыли и любую скидку, которую планируете применить.
Когда вы включаете информацию о какой-либо уже проведенной рыночной проверке или исследовании, обязательно сфокусируйтесь только на результатах этих проверок. Вся другая информация должна быть включена в приложение.

Конкурентный анализ – Ваш конкурентный анализ должен определить вашу конкуренцию по линии товаров или услуг, и рыночному сегменту. Оцените следующие характеристики конкурентного участка:

- Удельный вес на рынке
- Преимущества и недостатки
- Насколько важен ваш рынок сбыта для ваших конкурентов?
- Имеются ли какие-либо препятствия, которые могут помешать вам при выходе на рынок?
- В чем заключается ваше окно возможности для выхода на рынок?
- Имеются ли косвенные или второстепенные конкуренты, которые могут повлиять на ваш успех?
- Какие препятствия существуют на рынке (например, меняющаяся технология, высокие затраты на инвестиции, отсутствие квалифицированного персонала)?

Регламентирующие ограничения – Включите нормативные требования потребителей или государства, которые влияют на ваш бизнес, и принципы их соблюдения. Также упомяните операционные или экономические последствия процесса соблюдения на ваш бизнес.[3]

Организация и управление

Данный раздел должен включать: организационную структуру вашей компании, информацию о собственности вашей компании, профили вашей группы руководителей и квалификацию совета директоров.

Кто чем занимается в вашем предприятии? Какое у них образование и почему вы привлекли именно их в свой бизнес в качестве членов совета директоров или сотрудников? За что они несут ответственность? Эти вопросы могут показаться необязательными в организации, в которой трудится один или два человека, но люди, читающие ваш бизнес-план, хотят знать, кто несет ответственность, поэтому

[3] http://www.sba.gov/content/market-analysis

расскажите им об этом. Опишите подробно каждый отдел или ведомство, и их функции.

Настоящий раздел должен включать членов правления (если у вас имеется консультативный совет), и способы, которыми вы намереваетесь их удержать. Какая зарплата и социальный пакет у вас имеется для своего персонала? Какие средства поощрения вы предлагаете? Что насчет продвижения по службе? Убедите своего читателя, что люди, работающие в вашем предприятии, не просто имена на печатном бланке.

Организационная структура:

Простым, но эффективным способом составить структуру своей компании является создание организационной схемы с подробным описанием. Это будет доказывать то, что вы ничего не оставляете на волю случая, тщательно продумываете, кто что делает, и кто является ответственным за каждую функцию в вашей компании. Ничего не останется незамеченным, и ничего не будет переделываться по три или четыре раза. Для потенциального инвестора или сотрудника это очень важно.

Информация о праве собственности:

Настоящий раздел также должен включать правовую структуру вашего предприятия вместе с последующей информацией о праве собственности, к которой оно относится. Вы регистрировали свое предприятие как корпорацию? Если да, то это стандартная корпорация или малая корпорация? Или, может быть, вы организовали с кем-нибудь партнерство. Если да, то это товарищество с неограниченной или ограниченной ответственностью? Или, может быть, вы являетесь единоличным владельцем.
Следующая важная информация о праве собственности должна быть включена в ваш бизнес-план:

- Имена владельцев
- Право собственности в процентном соотношении
- Доля участия в компании
- Формы собственности (т.е., обыкновенные акции, привилегированные акции, главный партнер, пассивный партнер)
- Эквиваленты задолженности по собственному капиталу компании (т.е., опционы, гарантии, обратимые облигации)
- Обычные акции (т.е., разрешенные к выпуску или выпущенные)
- Профили управления
- Эксперты соглашаются, что одним из значительнейших факторов успеха любой растущей компании – это способности и послужной список ее владельца/группы руководителей, таким образом, вы позволяете своему читателю знать о ключевых людях в своей компании и об их образовании. Предоставьте резюме, в которых отражена следующая информация:
- Ф.И.О.
- Должность (включает краткое описание должности с основными обязанностями)

- Основные обязанности и ответственности
- Образование
- Специальный опыт и умения
- Предыдущее место работы
- Особые навыки
- Участие в проектах
- Промышленное признание
- Участие в общественной деятельности
- Продолжительность работы в компании
- Компенсационная основа и уровни (обеспечьте, чтобы показания были разумными – не завышенными или не заниженными)
- Ваши личные достижения (например, «Управлял штатом продавцов, состоящим из 10 людей», «Управлял отделом из пятнадцати человек», «Повысил доход на 15 процентов за первые полгода», «Расширил розничные рынки сбыта: в год по два», «Улучшил систему клиентского обслуживания от 60 до 90 процентов»).

Также подчеркните, как вы сами учитесь у людей, окружающих вас. Если вы только начинаете свое дело, продемонстрируйте, как уникальный опыт каждого человека будет способствовать успеху вашего предприятия.[4]

Услуги или продукция

Следующая часть вашего бизнес-плана – это описание ваших услуг или продукции, где необходимо подчеркнуть выгоды для потенциальных и существующих клиентов. Сфокусируйтесь на том, почему именно ваша продукция удовлетворит потребности ваших целевых клиентов.

Что включить в раздел своих услуг или товарного ассортимента

Описание продукции / услуг:
Включите информацию о конкретных преимуществах вашей продукции или услуги с точки зрения своих клиентов. Вы также должны рассказать о возможностях своей продукции или услуг отвечать на запросы потребителей, преимуществах своей продукции над продукцией конкурентов, и текущем этапе разработки, на котором находится ваша продукция (например, этап планирования, этап создания образца).

Информация о сроке эксплуатации вашей продукции:
Обязательно включите информацию о том, каким сроком эксплуатации обладает ваша продукция или услуги, а также факторы, которые могут повлиять на срок в будущем.

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР):

[4] http://www.sba.gov/content/organization-management

Кратко опишите деятельность по НИОКР, в которой вы принимаете или планируете принять участие. Как правило, для небольших предприятий это всего лишь непрерывное исследование, направленное на то, чтобы убедить, что продукция или услуги находятся на соответствующем уровне и являются конкурентоспособными.[5]

Маркетинг и продажи

Маркетинг – это процесс формирования клиентской базы, а клиенты являются источником жизненной силы для вашего предприятия.

В данном разделе первое, что вам необходимо сделать, это определить свою рыночную стратегию. Это не единственный способ создания рыночной стратегии; ваша стратегия должна быть частью постоянного процесса бизнес-оценивания и носить уникальный характер для вашей компании. При этом существуют общие шаги, которые вы можете предпринять, помогающие вам продумать направление и тактику, которую вы бы хотели применить, чтобы запустить процесс продажи и поддержку лояльности клиента.

Общая рыночная стратегия должна включать четыре разные стратегии:

- Стратегия проникновения на рынок.

- Стратегия роста. Такая стратегия по развитию вашего бизнеса должна включать: внутреннюю стратегию для увеличения ваших трудовых ресурсов, закупочную стратегию для покупки другого бизнеса, стратегию сбыта на льготных условиях для расширения дела, горизонтальную стратегию, при которой вы бы предоставляли один и тот же вид продукции разным потребителям, или вертикальную стратегию, при которой вы бы продолжали предоставлять одни и те же продукты, но на разных уровнях цепочки сбыта.

- Стратегия каналов распределения. Выборы каналов распределения могут включать фирмы-изготовителей комплектного оборудования (ИКО), внутренних торговых агентов, дистрибьюторов или розничные предприятия.

- Стратегия связи. Как вы собираетесь связываться со своими клиентами? Обычно сочетание следующих тактик работает лучше всего: продвижение товаров на рынок, рекламирование, общественные отношения, личная продажа и такие печатные материалы, как брошюры, каталоги, флаеры и т.д.

После того, как вы разработали комплексную рыночную стратегию, вы можете определить свою стратегию сбыта. Она охватывает способы реализации вашей продукции.

Ваша общая стратегия сбыта должна включать два основных элемента:

- Стратегия работы торгового персонала. Если вы планируете набрать штат торгового персонала, вы планируете использовать силы внутренних или

[5] http://www.sba.gov/content/describe-your-service-or-product-line

независимых представителей? Сколько продавцов вы будете нанимать для своего штата? Какой вид стратегии комплектования штата вы будете использовать? Как вы будете подготавливать свой штат продавцов? Что насчет вознаграждения для вашего штата продавцов?

- Ваша деятельность по сбыту. При определении своей стратегии сбыта, необходимо разбить ее на виды деятельности. Например, вам нужно выделить свои перспективы. После того, как вы составили список своих перспектив, вам нужно определить приоритет контактов, ставя на первое место тех, кто обладает наивысшим потенциалом купить первым. Далее определите количество продаж, которые вы сможете совершить за определенный период времени. Затем вам нужно определить среднее количество спросов на продажу, которое вам необходимо будет сделать на одну торговую сделку, средний курс доллара на одну торговую сделку и средний курс доллара на одного продавца.[6]

Запрос на финансирование (Получение средств на финансирование своего бизнеса)

Если вы ищете источники финансирования для своего предприятия, воспользуйтесь данным разделом, чтобы кратко описать свои потребности.
Ваш запрос на финансирование должен включать следующую информацию:

- Ваша текущая потребность в финансировании
- Будущие потребности в финансировании на ближайшие пять лет
- Как вы намерены использовать полученные средства: Запрос на финансирование предназначено для вложения в основной капитал? Оборотный капитал? Погашение задолженности? Осуществления закупок? Что бы это ни было, обязательно включите в данный раздел.
- Любые стратегические финансовые ситуационные планы на будущее, например: поглощение, приобретение, план погашения задолженности или продажа вашего предприятия. Такие данные крайне важны для будущего кредитора, так как они будут напрямую влиять на вашу способность погашения ссуды.

Излагая свои потребности в финансировании, укажите сумму, которая вам необходима сейчас, и сумму, которую вы хотите получить в будущем. Также включите период времени, который будет охватывать каждый запрос, желаемый вами вид финансирования (например, путем выпуска акций, путем получения займов) и другие условия, которые бы вы хотели, чтобы применялись.
Дополнительно для запроса на финансирование вам также потребуется предоставить финансовую информацию.[7]

[6] http://www.sba.gov/content/marketing-sales
[7] http://www.sba.gov/content/funding-request

Прогноз финансового положения:
Вам необходимо разработать раздел «Прогноз финансового положения» после анализа рынка и установления четких целей. То есть, когда вы сможете эффективно распределить ресурсы. Следующее – это список критических финансовых отчетов, необходимых для включения в пакет своего бизнес-плана.

Исходные финансовые показатели:
Если вы владеете существующим предприятием, от вас попросят предоставить исходные данные, касающиеся деятельности вашей компании. Большинство кредиторов запрашивают данные за последние три – пять лет, в зависимости от продолжительности вашего бизнеса.
Исходными финансовыми показателями, которые должны быть включены, являются отчеты о прибыли вашей компании, балансовые отчеты и отчеты о движении ликвидности за каждый год действия вашего предприятия (обычно от трех до пяти лет). Часто кредиторы также интересуются обеспечением кредита, который может у вас иметься; такое обеспечение может использоваться в качестве гарантии по ссуде, независимо от этапа, на котором находится ваше предприятие.

Предполагаемые финансовые показатели:
От всех предприятий, новых или развивающихся, потребуется предоставление предполагаемых финансовых показателей. В большинстве случаев кредиторы захотят видеть ваши ожидаемые результаты от своей компании на ближайшие пяти лет. Документы за каждый год должны включать отчеты о прогнозируемых доходах, балансовые отчеты, отчеты о движении ликвидности и сметы капитальных затрат. В первый год вы должны подавать ежемесячные или ежеквартальные прогнозы. После этого вы сможете выполнять ежеквартальные и/или годовые прогнозы каждые два – пять лет.
Убедитесь, что ваши прогнозы совпадают с вашими запросами на финансирование; кредиторы будут искать противоречия. Было бы лучше, если бы вы смогли предусмотреть ошибки перед тем, как их сделать. Если вы сделали допущения в своих прогнозах, обязательно обобщите, какие допущения вы сделали. Таким образом, читателю не придется догадываться.
И, наконец, включите краткий анализ своей финансовой информации. Включите анализ коэффициентов и тенденции изменения по всем своим финансовым отчетам (исходным и предполагаемым). Поскольку наглядное изображение воспринимается лучше, чем словесное, вы можете добавить графики по своему анализу тенденции изменения (особенно если они положительные).[8]

Приложения (дополнительно)
Данный раздел является необязательным. Но если вы решили, что он нужен, такой раздел должен включать:

- Кредитную историю (по личным кредитам и кредитам на торгово-промышленную деятельность)
- Резюме ключевых руководителей
- Фотографии продукции
- Рекомендательные письма

[8] http://www.sba.gov/content/financials

- Информацию об изучении рынка
- Соответствующие журнальные статьи или книжные ссылки
- Лицензии, разрешения или патенты
- Юридические документы
- Копии договора аренды
- Разрешения на строительство
- Договоры
- Список консультантов по коммерческим вопросам, включая юриста и бухгалтера[9]

Необходимо отметить, что бизнес-план похож на дорожную карту, которая помогает новому предпринимателю следовать от идеи создания к процессу владения прибыльным предприятием. Он рассматривается, не как неизменяющийся документ, а скорее как гибкое мини-руководство.

Модуль 2:

• Основные средства коммуникации

Краткий обзор: В настоящем разделе будут представлены руководящие принципы для участников по разным способам общения с клиентами; пониманию наличия различных способов связи с разными клиентами; определению, пониманию и выбору лучших средств коммуникации, чтобы связаться с клиентами разных уровней.

Предприятие становится успешным или провальным, исходя из количества выгодных заключенных сделок. Поэтому для предприятия важно иметь последовательную и четкую коммуникационную основу. Существует много способов сообщить местной общественности о функционировании вашего предприятия. На сегодняшний день у нас до сих пор существуют традиционные церемонии торжественного открытия, которые освещаются в средствах массовой информации; мы можем писать пресс-релизы о предприятии в местные СМИ (телевидение, газета и радио), тем самым мы можем воспользоваться преимуществом новых средств коммуникации, имеющихся благодаря технологическим инновациям. У нас имеются альтернативные способы сообщить о предприятии местной общественности через использование таких каналов, как Facebook, ВК, Traitor, MySpace или просто через sms-сообщения. Конечно, мы должны знать и учитывать, что современные средства коммуникации лучше подходят для более молодого поколения и тех, кто разбирается в современных технологиях и имеет доступ к новым средствам. Применение новейших средств должно сопровождаться последовательной и общей передачей сообщений о нашем предприятии. Таким образом, мы вливаемся во множество каналов средств массовой информации, насколько это возможно.

[9] http://www.sba.gov/content/appendix

- **Открытие, маркетинг и продажи**

  Краткий обзор: В настоящем разделе будут представлены руководящие принципы для участников по открытию нового предприятие (чего ожидать в день открытия); понимание различия между маркетингом и продажей; способы сбыта на рынке; способы применения 5 принципов в маркетинге и продаже, и их отношение к стратегии ценообразования; связь между пониманием потребностей клиента и продажами; и важность плана маркетинга и прогноза продаж.

Открытие предприятия: Открыть предприятие – не значит просто найти помещение, расставить товары на полках, открыть двери и думать, что клиенты придут сами. В действительности же придется много и усердно работать, прежде чем открыть магазин. Он должен быть снабжен соответствующим образом, должна предусматриваться реклама, которая была бы доступна и доведена до сведения местного общества, при этом необходимо проводить постоянную рекламную кампанию магазина и/или предприятия. Обычно день открытия – это прекрасное время, чтобы прорекламировать свой бизнес. Мероприятие должно носить специальный характер, и предназначаться для привлечения внимания клиентов.

Маркетинг: конкуренция
Зачастую мы начинаем новый бизнес на примере других – мы просто копируем их модель. Однако мы должны рассматривать бизнес с критической точки зрения: правильно ли это сделано, что можно сделать по-другому, и почему сделано таким образом? Мы должны задавать себе вопросы, касающиеся наших конкурентов: что они делают правильно, что они делают неправильно, и какие области мы можем улучшить.

Чтобы быть более конкурентоспособным, мы должны пользоваться инструментом – анализ SWOT. SWOT расшифровывается, как: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы

Каковы сильные стороны вашего бизнеса? Благодаря тому, что вы предлагаете лучшую услугу? Лучший выбор? Лучшее качество? Лучшую цену? Что-то из вышеперечисленного или все вместе? Откуда вы знаете, что это является сильной стороной?

Примеры сильных сторон:

- Патенты
- Сильный корпоративный брэнд
- Хорошая репутация среди клиентов
- Преимущества по показателям затрат себестоимости
- Преимущества в сфере производства
- Преимущества с точки зрения расположения
- Инновации

Каковы слабые стороны вашего бизнеса? Удобное ли у вас расположение? Скидки для семьи и друзей? Предлагаете ли вы хороший коммерческий опыт для своих заказчиков или клиентов? Что означает хороший коммерческий опыт?

Примеры слабых сторон:

- Отсутствие патента или инновационной защиты
- Слабый корпоративный брэнд
- Плохая репутация среди клиентов
- Дорогостоящая структура
- Ограниченное предложение продукции
- Неудобное расположение

Какие возможности вы видите для своего бизнеса? Имеются ли неудовлетворенные потребности? Поступают ли жалобы от людей на продукцию или услуги, которую вы можете оказывать лучше?

Примеры возможностей:

- Неудовлетворенные потребности клиентов
- Новые технологии
- Улучшенный процесс
- Территория исключительного обслуживания

Какие существуют угрозы для вашего бизнеса? Правительственные чиновники закроют ваше предприятие? Усилившаяся конкуренция более крупных игроков? Что случится, если оптовые цены резко повысятся?

Примеры угроз:

- Смена вкусов/требований клиентов относительно вашей продукции или услуг
- Появление или наличие новых альтернативных продуктов
- Повышенные нормы или наличие препятствий

- Рост цен на сырье

Практическое упражнение:
Дулат хочет открыть небольшой магазин по продаже мобильных телефонов в Алматы. Он хочется специализироваться только на телефонах NOKIA с ОС Windows 8 для мобильных телефонов. Он считает, что новая операционная система Microsoft будет более выигрышная, и хочет быть первым, кто предложит только телефоны с ОС Windows 8 производства NOKIA. Он хочет, чтобы его магазин находился в микрорайоне САМАЛ 1. Выполните анализ ССВУ для Дулата.

Сильные стороны:

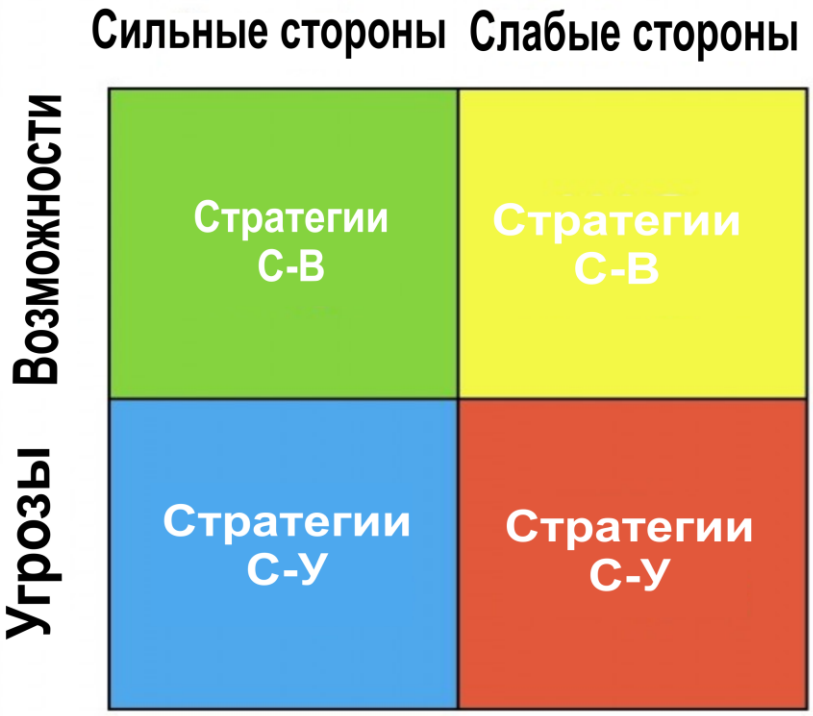
Слабые стороны:

Возможности:

Угрозы:

Должен ли Дулат продолжать работать по своему плану?
Одной из целей матрицы ССВУ является оказание помощи пользователю в определении наилучшего варианта между сильными сторонами и возможностями. Это не всегда приравнивается к самым прибыльным

возможностям. Это сочетание сильных сторон и возможностей иногда также называют матрицей УВСС (обратный порядок букв ССВУ).



Проще говоря, вы хотите избежать Красной области, в которой угрозы в сочетании с вашими слабыми сторонами разрушат вашу компанию. Вы хотите перейти в Зеленую область, где сможете использовать свои сильные стороны, чтобы воспользоваться возможностями. В Желтой области представлены возможности, но ваши слабые стороны не позволят воспользоваться ими. Однако в Синей области ваших сильных сторон будет достаточно, чтобы справиться с угрозами.

Маркетинг продукции или услуг:

Каждый владелец малого предприятия должен знать 5 принципов маркетинга. Они представлены ниже:

1. Люди
2. Цена
3. Продукция
4. Место
5. Рекламная кампания

Люди:
Почему это важно? Потому что деятельность предприятия опирается на клиентов. Почему вы занимаетесь бизнесом? Чтобы продавать людям; не тем, кто приходит к вам, чтобы купить товары. Вы должны убедить клиентов, что покупая у вас, они делают правильный выбор.

Как мы можем убедить клиентов покупать у вас? Предлагать вариант, который они ищут; предлагать конкурентную цену; и предлагать уникальную возможность для совершения покупок – через обслуживание клиентов и обращение внимания на их потребности. Делая это, вы формируете положительный опыт для своего клиента и рекламируете им свой брэнд. Существует способ обеспечить хороший опыт клиента – это наделить работников (при наличии) правом, при котором они были бы заинтересованы в том, чтобы осчастливить клиента. Работник должен знать о продукции и хотеть помочь клиенту в выборе правильного продукта. Каждый работник должен помнить, что продавать – это значит оказывать помощь – не товары делают продажи, а люди.

Пример:
Айжан и Дана являются торговыми представителями компании «Gucci». Айжан приходит на работу и целый день сидит на своем рабочем месте, считая, что клиенты могут сами справиться, а если у них имеются вопросы, значит, они не готовы тратить деньги. Дана также приходит на работу каждый день, но она следит и смотрит за тем, кто входит в магазин растерянным или неуверенным. Затем она подходим к ним и спрашивает, нужна ли помощь. Она старается быть полезной, и она может помочь нескольким потенциальным клиентам выбрать и купить то, что ему действительно необходимо в магазине «Gucci».

Практическое упражнение:
Если вы являетесь клиентом и просите Айжан помочь, а она не помогает, что вы будете чувствовать?

Кто из двух 2 торговых представителей обладает лучшими навыками торговли?

Цена:
Почему это важно? Потому что по этой причине люди будут покупать товар. Цена на продукцию должна быть такой же, как и на другие товары. Если цена завышена, чем цена на похожие товары, клиент должен понимать, почему так происходит – из-за материала, из-за ограниченного количества и т.д. Прежде всего, вы должны определить, сколько клиент хочет (или может) заплатить за вашу продукцию. Вторая цель назначения цены – это определить, как снизить цену и повысить объем продаж при повышенном объеме по заниженной цене.

Практическое упражнение:
Вы хотите продавать айфоны. Вы можете продать один айфон за 105 000 тенге или 2 айфона за 75 000 тенге каждый. Какой вариант принесет вам большую прибыль? Какая цена привлечет клиентов, которая в результате может привести к рекламе, создаваемой потребителями, и продвижению товаров на рынок?

Продукция:
Почему это важно? Ваше предприятие должно предоставлять для клиентов правильную продукцию, из которой можно выбрать. Она должна иметься в наличии в соответствии с пожеланиями клиентов, и с тем, что они хотят в конкретный день. Продукция должна обладать хорошим качеством. Продукция имеет все свойства, выгоды и преимущества, которыми потребитель может воспользоваться, купив ваш товар. Вам нужно подумать о том, как подчеркнуть основные свойства и преимущества своей продукции. Можно продавать и выделять отличительные черты даже обыденных хозяйственных товаров.

Пример: Бумажные полотенца. Могут быть продемонстрированы такие свойства, как, например, впитывание влаги или способность не рваться при использовании.

Место:
Почему это важно? Место, куда приходят клиенты, чтобы купить товары, и почему они приходят туда, где могут найти товары – это важные вопросы. Не нужно, чтобы магазин находился в 50 км от того места, где находятся клиенты. Но и не нужно располагать его слишком далеко

Выбор правильного места – это важное условие. Вам нужно подумать о доступности и удобном местоположении так, чтобы люди могли до него добраться пешком.

Практическое упражнение:
Ренат хочет открыть небольшую донерную, предоставляющую еду на вынос, через улицу от 2 университетов и через дом, находящийся далеко от местной средней школы.

Хорошее ли Ренат принял решение? Почему да или почему нет?

Рекламная кампания:
Почему это важно? Если вы не будете проводить рекламную кампанию своей продукции и своего предприятия, как клиенты узнает о нем?

Вам необходимо продумать действия, которые помогут привлечь внимание к вашей продукции или услугам. Потенциальные действия могут включать прямой маркетинг, распространение флаеров, установление скидок и проведение рекламной кампании (общенациональной и целенаправленной).

Практическое упражнение:
Ренат, владелец донерной, решил раздавать купоны студентам с 20% скидкой для клиентов, предъявляющих студенческий билет, а также купоны с 25% скидкой для тех клиентов, кто привел друга в донерную.

Какие действия Ренат предпринял, чтобы прорекламировать свою новую продукцию?

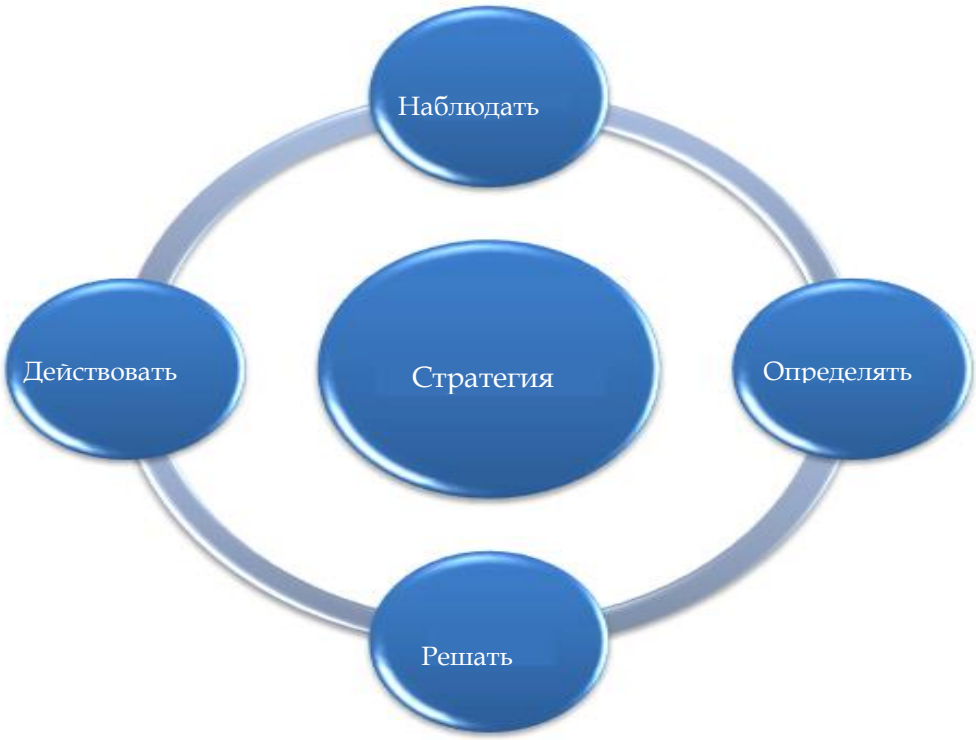
Вопросы о рыночной стратегии

ЛЮДИ	Что из себя представляют мои клиенты?
	Что они любят? что им нужно?
	Есть ли у них деньги, чтобы купить мою продукцию?
ПРОДУКЦИЯ	Как я произвожу или получаю продукцию?
	Отвечает ли она нуждам клиентов?
МЕСТО	Где я начну вести свой бизнес?
	Удобно ли это место с точки зрения клиента?
ЦЕНА	Во сколько обойдется доставка продукции до клиента?
	Сколько будут платить клиенты?
	Получу ли я прибыль?
РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ	Как люди будут узнавать о моем бизнесе?
	Как я привлеку их к моему бизнесу?
	Как они узнают, что моя продукция лучше прочей?

Рыночная стратегия: что вы должны сделать, чтобы люди покупали вашу продукцию, обходя ваших конкурентов?

- Кто является вашей целевой группой?
- Как вы будете удовлетворять их потребности?
- Как они узнают об этом?

Что представляет собой успешная рыночная стратегия? Это стратегия, при которой вы изучаете рынок (ищете возможности и слабые стороны своих конкурентов; цель вашего бизнеса направлена на удовлетворение потребностей клиента; определяете линию поведения, выбираете продукцию, расположение и виды проведения рекламной кампании; а затем делаете то, что должны делать дальше (выполняете план сбыта).



Модуль 3:

- ## Отчетность и движение наличных средств

  Краткий обзор: В данном разделе участникам дается общее представление о функции учета и его значении для процветания предприятия. Участники на практике будут составлять финансовый отчет и увидят значение движения наличных средств, а также узнают о том, каким образом применять данные о финансовой деятельности для анализа и планирования своей будущей коммерческой деятельности

Базовые знания о финансах предприятий имеют значение для успешного старта. Одним из важнейших документов является отчет о движении финансов. Несмотря на то, что баланс и отчет о доходах и расходах являются важными документами, отчет о движении денежных средств расскажет собственнику предприятия о том, зарабатывает ли он деньги. А основано это на том понятии, что наличные деньги – это главное, и ничего не делается без наличных.

По своей сути, в отчете о движении денежных средств сравнивается выручка от продаж с эксплуатационными расходами за определенный период времени. Для прогнозирования будущих доходов используется именно отчет о движении денежных средств. Простыми словами – успешное предприятие должно иметь больше денег в банке, чем оно тратит.

Также большое значение имеет отчет о доходах или как некоторые его называют - баланс прибыли и убытка. А называется он так из-за того, что в нем определяется, приносит ли предприятие прибыль или теряет деньги. Проще говоря, отчет о доходах – это формула: доходы минус расходы равно чистая прибыль (выручка). Отчет о доходах – это хороший инструмент для отслеживания притока и оттока денег для предприятия.

Часть финансовых документов – это определение хорошей стратегии ценообразования. Что такое правильная цена на продукт или услугу? Существует несколько путей определить это: устанавливать цену аналогично ценам конкурентов; устанавливать цену, достаточную для хорошей выручки; или определять цену реального товара, включая систему. Схема «стоимость плюс установление цены» означает, что вы просто определяете стоимость товара или услуги, а затем добавляете к ней свою выручку.

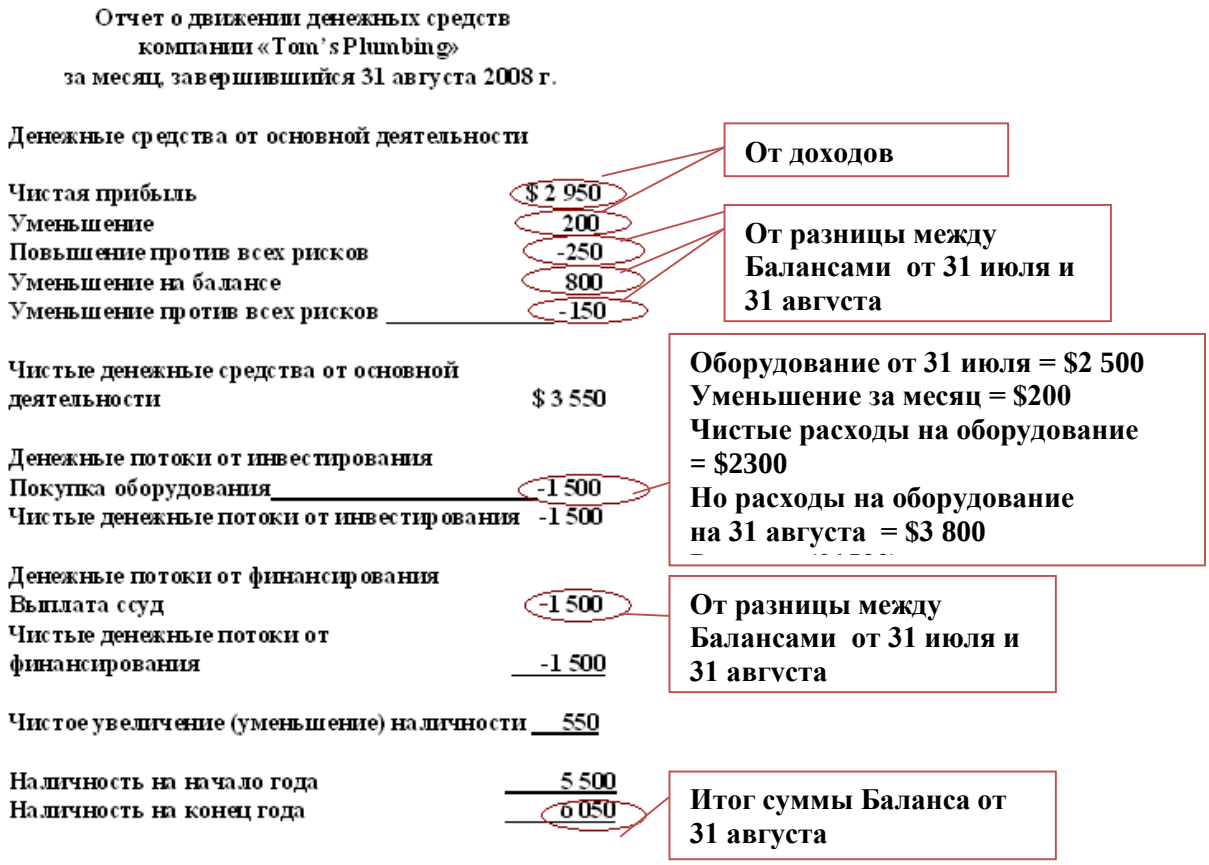
Пример: Отчет о движении денежных средств (обычный порядок):

Отчет о движении денежных средств	
совместных предприятий	
за год, завершившийся 31 декабря 2004 г.	
Денежные средства от основной деятельности	
Прибыль от непрерывной деятельности	**$ 22 484**
Корректировка чистого убытка на чистое движение	
денежных средств	

Амортизационные отчисления	**2 081**
Дебиторская задолженность	**(15 000)**
Кредиторская задолженность	**2 691**
Доход будущего периода	**6 000**
Налоговые начисления	**861**
Чистые денежные средства от основной деятельности	**19 117**
Денежные потоки от инвестирования	
Капитализируемые расходы	**6 500**
Денежные потоки от финансирования	
Дебиторская задолженность	**6 625**
Доход собственника	**19 500**
Чистые свободные средства от финансирования	**12 875**
Увеличение (уменьшение) наличности	**(258)**
Наличность на начало года	**4 396**
Наличность на конец года	**$ 4 138**

В отчете денежные потоки делятся на три компонента: денежные средства от основной деятельности, денежные потоки от инвестиционной деятельности и денежные потоки от финансовой деятельности. Однако для запуска предприятия самым важным разделом является «Наличность для основной деятельности», поскольку с его помощью можно отслеживать движение наличных средств от продажи товаров или услуг. Основная деятельность – это обычная деятельности предприятия по покупке и продаже. Предприятия всегда стараются иметь превышение наличных поступлений над платежами, особенно от основной деятельности. Однако краткосрочное превышение наличных выплат над поступлениями от основной деятельности не обязательно означает, что предприятие убыточно.

Другой раздел – «Инвестиционная деятельность» – играет незначительную роль, поскольку, вероятнее всего, у предприятия в первые годы работы не будет прибыли от инвестиционной деятельности. И, наконец, раздел «Наличные средства от финансовой деятельности» демонстрирует денежные суммы от займов, поэтому этот раздел имеет значение в случае, если предприятие финансируется путем кредитования.
Еще один пример Отчета о движении денежных средств:



В Отчете о движении денежных средств указываются притоки и оттоки наличных средств в течение определенного периода времени, которые поделены на потоки наличности от основной деятельности, финансовой и инвестиционной деятельности. Для подготовки Отчета о движении денежных средств вам необходимо преобразовать чистую прибыль из отчетности, основанной на поступлениях, в наличные. Таким образом, вам необходимо добавить и вычесть изменения в балансовых счетах, полученные за весь период.

Например, вам необходимо добавить обратно сумму уменьшений, поскольку, не смотря на то, что такие амортизационные отчисления уменьшают чистую прибыль, она не влияет на фактические наличные. Аналогичным образом, вам необходимо вычесть любые уменьшения сумм кредиторской задолженности, поскольку они являются использованием наличных, которые не учитываются в Отчете о доходах. В следующей таблице указаны основные источники и методы использования наличных:

Источники наличных	**Методы использования наличных**
Основная деятельность	Дивиденды наличными
Новые займы	Погашение займов
Новые выпуски акций или собственные инвестиции	Выкуп акций
Продажа основных средств	Выкуп основных средств
Продажа других необоротных средств	Выкуп других необоротных средств

Анализируя разницу балансов на начало и конец периода, и учет чистой прибыли за период, вы сможете подготовить Отчет о движении денежных средств:

Пример: Отчет о доходах:

Совместные предприятия **Отчет о движении денежных средств** **за год, завершившийся 31 декабря 2004 г.**		
Прибыль	**$**	**%**
Прибыль от поставок	**$ 146 500**	**100,00%**
Расходы		
Аренда оборудования	**12 000**	**8,20%**
Аренда офиса	**6 600**	**4,50%**
Уменьшение	**2 081**	**1,40%**
Канцелярские товары	**408**	**0,30%**
Гонорары специалистов	**7 380**	**5,00%**
Реклама	**2 640**	**1,80%**
Телефон	**2 016**	**1,40%**
Подрядные рабочие	**26 400**	**18,00%**
Оклады	**43 200**	**29,50%**
Налоги по Федеральному закону о страховых взносах	**2 678**	**1,80%**
Налоги по медицинскому страхованию	**626**	**0,40%**
Налоги в фонд помощи безработным	**336**	**0,20%**
Ремонт и техническое обслуживание	**956**	**0,70%**
Авиационное топливо	**14 562**	**9,90%**
Автотранспорт	**936**	**0,60%**
Питание и развлечения	**576**	**0,40%**
Сборы и членские взносы	**195**	**0,10%**
Переподготовка кадров	**52**	**0,00%**
Расходы на выплату процентов	**350**	**0,20%**
Банковские комиссии	**24**	**0,00%**
Итого расходов	**124 016**	**84,70%**
Чистая прибыль (убытки)	**$ 22 484**	**15,30%**

В Отчете о доходах показаны балансы учета доходов и расходов на конец отчетного периода, а также отражаются прибыль и расходы за весь отчетный период. При чтении или подготовке отчета о доходах, мы заинтересованы в прибыли. Если прибыль превышает расходы, предприятие имеет чистую прибыль или доход. Если расходы превышают доходы, предприятие показывает убытки.

Сфера деятельности предприятия (предоставление услуг, торговля или производство) обычно диктует свою форму отчета о доходах. Например, отчет о

доходах простого предприятия сферы обслуживания обычно делится на два раздела – один по доходам, а второй – по расходам. С другой стороны, предприятия розничной и оптовой торговли обычно демонстрируют продажи, стоимость проданных товаров, а также валовую прибыль, и указывают другие расходы отдельно. В заключении, производственные фирмы используют аналогичную форму, что и предприятия розничной торговли, но могут отделять торговые расходы от общих и административных расходов.

В вашем отчете о доходах раскрывается ценная информация. Вы увидите раздел по продажам, а также разбивку всех ваших расходов, приводящих к чистой прибыли за период. Чем актуальнее ваш финансовый отчет, тем он ценнее. Если вы заметите развитие отрицательных направлений, вы сможете тут же принять меры.

Еще примеры Отчета о доходах:

Название компании	
Отчет о доходах	
за год, завершившийся 31 декабря 20_ _ г.	
оды:	
Чистая сумма продаж	**$**_____
Доход в виде процентов	_____
Доход от продажи основных и необоротных средств	_____
Итого прибыль	**$**_____
Издержки и расходы	
Стоимость проданных товаров	**$**_____
Заработная плата	_____
Канцелярские товары или запасы материалов	_____
Ремонт и техническое обслуживание	_____
Коммунальные услуги (Электроэнергия, вода, телефон)	_____
Расходы по страхованию	_____
Расходы на выплату процентов	_____
Расходы на аренду	_____
Налоги и лицензии	_____
Расходы на рекламу	_____
Транспортировка и командировки	_____
Амортизационные расходы	_____
Итого издержек и расходов	**$**_____
Чистая прибыль / (Чистый убыток)	**$**_____

Отчет о доходах **Компании «Tom's Plumbing»**		
за месяц, завершившийся 31 августа 2008 г.		
Доходы		
Доходы от продаж	7 000	
Доходы от ремонта	3 000	
Общие доходы		10 000
Расходы		
Аренда	550	
Заработная плата	2 300	
Товарно-материальные запасы	4 000	
Амортизация	200	
Общие расходы		7 050
Чистая прибыль		**2 950**

Основные этапы подготовки Отчета о доходах (также известного, как Отчет о прибылях и убытках)

Основная информация:
1. Первая строка заголовка должна содержать наименование предприятия, а не имя собственника, для проведения различий доходами и расходами по сделкам, которые относятся только к деятельности конкретного предприятия.
2. Вторая строка заголовка должна содержать наименование отчета, а именно Отчет о доходах или другое соответствующее название этого же отчета, т.е.: Отчет о доходах и расходах, Отчет о прибылях и убытках, Обзор доходов и расходов, Отчет о выручке и издержках, Отчет о чистых поступлениях и любые другие названия, являющиеся синонимами слов доходы и расходы.

3. Третья строка заголовка указывает дату завершения определенного отчетного периода. Имеется два вида отчетных периодов, соблюдаемых предприятиями:
(а) Календарный год и (б) Финансовый год. Ваш выбор должен основываться на использовании того отчетного периода, который лучше подходит характеру ваших деловых операций. В некоторых случаях, подготавливаются промежуточные Отчеты о доходах – они ссылаются на отчеты о доходах и расходах, подготовленные до окончания календарного или финансового года.

Календарный год обычно используется для соответствия традиционному 12-месячному периоду, начиная с января месяца до декабря. Следовательно, большинство строк, на которых указывается дата отчета, выглядят следующим образом «на конец года, завершившегося 31 декабря _ _ _ _».

Финансовый год применяется в том случае, если коммерческая деятельность начинается и заканчивается согласно периоду, определяемому правилами, т.е. учебные заведения, месяцы начала и окончания деятельности соответствуют началу и окончанию учебного года в регионе или стране, в которой они осуществляют деятельность.

Далее вы увидите, что такая дата отличается от даты Баланса, указываемой следующим образом: «От 31 декабря _ _ _ _», ввиду того, что показатели, сообщаемые в данном отчете, представляют собой баланс с даты начала деятельности предприятия до самого последнего конца года в противоположность Отчету о доходах, где показатели представлены только по конкретному периоду.

Доходы
Первый компонент Отчета о доходах – это Доходы, который относится ко всем торговым сделкам, осуществляемым как за наличный расчет, так и на условиях кредита, полученного или перенесенного на заказчиков. Доходы также включают денежные суммы, поступающие от источников, связанных с деловой деятельностью, получаемых или извлекаемых от капиталовложений.
Некоторые предпочитают быть более конкретными, используя заголовок Валовой доход или, если иных источников доходов не имеется для включения в отчет, Валовая прибыль или Валовая выручка от продажи, Общий доход, Общие сборы.

Издержки и расходы

Отчет о себестоимости реализованной продукции:
Включает все расходы, понесенные и четко указанные, как непосредственно связанные с торговлей товарами или проданными товарами. Аналогично компоненту Доходы, заголовок может меняться для четкого описания характера хозяйственной деятельности, т.е. Стоимость оказанных услуг.

В отчет о себестоимости реализованной продукции включаются фактические суммы, выплаченные за товары при покупке и за вычетом скидок, комиссионных сборов за доставку, сборов за перевозку груза, прямых затрат труда, фактических и накладных расходов, если реализуемая продукция была произведена внутри страны. Однако, поскольку это Отчет о доходах в пошаговом формате, более комплексный подход представления себестоимости реализованной продукции не требуется, поскольку этот тип представления отчета о доходах используется для обычной коммерческой деятельности.

Оклады:
Данные по окладам указываются до вычета налогов, а соответствующие бухгалтерские записи должны содержать все другие расходы, связанные с корректировки расходов по заработной плате по отношению ко всем отчислениям, таким как социальное страхование и страховые взносы, налог, взимаемый из заработной платы, денежная ссуда и т.д.

Канцелярские товары и запасы материалов:
Рассматриваются в качестве изделий одноразового применения, что означает, что они признаются расходами сразу после приобретения. Однако все еще имеется необходимость вспомогательные книги для отслеживания дополнений и публикаций по мероприятиям по контролю.

Ремонт и техническое обслуживание:
Расходы относятся ко всем незначительным расходам, связанным с основными средствами, включая административно-хозяйственные нужды помещений делового предприятия. В случае наличия существенного различия в затратах на техническое обслуживание и текущий ремонт основных средств, лучше осуществлять ведение вспомогательных книг для отслеживания расходов на ремонт и техническое обслуживание основных средств, требующих наибольших вложений или наиболее частых расходов.

Коммунальные услуги:
Относятся к расходам, понесенным для оплаты электроэнергии, воды и средств связи, используемых в помещениях делового предприятия. Однако если предприятие использует возобновляемые источники, будет лучше классифицировать расходы на используемое топливо как Топливо, ГСМ и Смазочные материалы.

Расходы по страхованию:
Включают премии, выплаченные по страховым полисам в отношении помещений делового предприятия и/или товаров, предусмотренных в полисе. Как правило, этот пункт изначально учитывается в качестве предварительно оплаченного пункта по получении, а связанные расходы будут признаны в конце года посредством корректирующей проводки после закрытия счетов. Принцип противопоставления расходов доходам предписывает, что только часть расходов будущих периодов на страхование, понесенных в течение периода, будут признаны в качестве необлагаемых налогом расходы в отношении подтвержденного дохода.

Расходы на аренду:
Относятся к расходам, связанным с коммерческой деятельностью. Соответствующее отношение должно быть также признано при осуществлении записей на этот счет, если рассматриваемая сделка требует расходов на аренду. Следует четко указывать цель, с которой расходы на аренду были понесены для того, чтобы правильно распределить счет на оплату текущих расходов. В случае если он является частью пособия работника или характерен для проекта, тогда расходы распределяются соответствующим образом.

Расходы на рекламу:
Могут также требовать применения тех же правил, что применяются к предварительно оплаченным расходам, особенно если рассматриваемая сумма вещественна и может повлиять на итоговый результат отчета о доходах. В противном случае такие расходы могут рассматриваться в качестве прямых расходов за год.

Транспортировка и командировки:
Понесенные расходы на транспортировку должны быть обоснованы непосредственно в отношении повседневной деятельности предприятия. С другой

стороны, командировки могут приниматься во внимание, если предписание о командировке имеет временный или неопределенный характер, или если доход от такого предписания будет получен в новом месте.

Амортизационные расходы:
Это счет на оплату текущих расходов, используемый для признания обесцененной части капитализированных основных средств.

Пример Управленческого баланса:

Баланс
Компании «Tom's Plumbing»
от 31 августа 2008 года

Активы		Пассивы	
Наличность	$ 6 050	Банковские ссуды	$ 3 500
Материальные запасы	7 200	Кредиторская задолженность	850
Дебиторская задолженность	3 750	Итого пассивов	$ 4 350
Оборудование	3 800		
		Собственный капитал	
		Оплаченный капитал	10 000
		Нераспределенная прибыль	6 450
		Итого капитал	16 450

$ 3 500 (из Баланса от 1 августа)
+ $ 2 950

Еще один пример Управленческого баланса:

Активы

- Текущие активы:
  - Наличность $ 5 000
  - Дебиторская задолженность 2 000
  - Материальные запасы 12 000
  - **Итого текущих активов 19 000**
- **Материалы и оборудование (расходы)**
  - Принадлежности и оборудование 12 000
  - Грузовики и автомобили 8 000
- **За минусом накопленного износа (2 000)**

Итого материалов и оборудования $ 37 000

Пассивы и собственный капитал

- **Текущие пассивы**
  - Кредиторская задолженность $ 3 000
  - Накопленные обязательства 4 000
  - Долг, по которому наступил срок в течение года 4 000
  - **Итого текущих пассивов 11 000**
  - Долгосрочный долг 7 000
  - Общая задолженность 18 000
  - Собственный капитал 13 000

- Текущие доходы	6 000
Общий капитал	**19 000**
• **Общие пассивы и собственный капитал**	**$ 37 000**

Баланс составляется в соответствии с основным балансовым уравнением:

Активы = Пассивы + Капитал.

Актив считается текущим, если он может быть конвертирован в наличные в течение одного года. Обычно активы включают дебиторскую задолженность и материальные запасы. Активы, не считающиеся текущими, являются необоротными. Текущие активы обычно указываются в порядке их ликвидности. Ликвидность относится к способности быть конвертированным в наличные. Пассивы также классифицируются как текущие и отсроченные.

Текущие пассивы – пассивы, которые ожидаются к выплате в течение одного года. Все другие пассивы классифицируются как отсроченные.

Одной из причин, почему этот финансовый отчет называется «балансом» - это то, что активы всегда равны вашим пассивам и собственному капиталу. Это называется бухгалтерским учетом по методу двойной записи и является типичным практически в любом предприятии. Причиной ведения бухгалтерского учета по методу двойной записи является золотой стандарт учета, когда он служит проверкой для того, чтобы убедиться в том, что сделка зарегистрирована должным образом. Например, допустим, что первое, что вы купите – это рабочий стол. У вас есть актив «Оборудование для офиса». Если вы заплатили наличными, у вас не имеется пассивов, поэтому ваша доля в таком столе называется вашим капиталом (на другой стороне регистра бухгалтерского учета).

Аналогичным образом, другие сделки приводят к увеличению активов и/или увеличению пассивов или капитала. Например, глядя в пример нашего баланса в разделе текущие пассивы (опять же, от самых ликвидных до наименее ликвидных), в первую очередь указана кредиторская задолженность. После нее идут статьи, называемые «накопленные обязательства», которые обычно относятся к подоходному налогу и налогу с оборота, которые могут и не подлежать выплате в течение следующего месяца или двух.

Также под текущими пассивами понимается задолженность, подлежащая оплате в течение года. Поэтому текущие 12 месяцев платежей за оборудование будут показаны, как текущие пассивы. В соответствии с этим у нас имеется долгосрочная задолженность, подлежащая выплате после текущего финансового года.

- **Финансирование/Банковские аспекты ведения бизнеса**

  Этот раздел поможет участникам понять разные методы финансирования коммерческих предприятий.

Финансирование Бизнеса:
У владельца нового бизнеса много хороших идей, но недостаточно средств, чтобы начать бизнес. Во многих случаях владельцам понадобится покупать оборудование, арендовать помещение для склада и оплачивать расходы.

Перед тем как спросить других, будь то семья, друзья или банк, задайте себе следующие вопросы:

- Знают ли они, что собой представляет мой бизнес?
- Есть ли у меня стратегия или «дорожная карта» моего бизнеса на период истечения первых нескольких месяцев?
- Знаю ли я, сколько мне нужно средств, чтобы оплатить начальные расходы?
- Понимаю ли я рынок и потребности клиентов?
- Является ли мой планируемый проект реалистичным?

Ответы на данные и подобные вопросы поможет успокоить кредитора, которого вы озадачили, раскрыв сущность начала нового бизнеса.

Владелец нового бизнеса будет часто занимать деньги у банка, чтобы выплатить начальные расходы. Банки дают кредиты тем, кто в них в действительности нуждается. Они не хотят терять деньги. Поэтому важно, чтобы вы были способны убедить банк в том, что заем для Вас является хорошей бизнес идеей. Ответы на вышеуказанные вопросы помогут убедить банковских работников в том, что Вы являетесь серьезным предпринимателем.

Вам необходимо оценить начальные расходы для того, чтобы правильно профинансировать новый бизнес.

Некоторые из расходов будут **разовыми** касательно создания своего бизнеса или цены на вывеску Вашего здания. Некоторые из них будут **повседневными**, такие как расходы на коммунальные услуги, хранение, страхование т.д. При определении данных расходов, решите, являются ли они **обязательными** или **необязательными.** Реалистичный начальный бюджет должен включать то, что необходимо для начала бизнеса.

Данные обязательные расходы могут быть поделены на две категории: постоянные и переменные. **Постоянные** расходы включают аренду, коммунальные услуги, административные расходы и расходы по страхованию. К **переменным** расходам относятся расходы на хранение, погрузку и упаковку, комиссионные за продажу и другие расходы, связанные с прямыми продажами товаров и услуг. Наиболее эффективным способом рассчитать Ваши начальные расходы является

использование рабочей ведомости, перечисляющей разовые и повседневные расходы.[10]

Источники финансирования:

- Личные средства: Средства с личного счета, дополнительные средства с Вашей текущей или дополнительной работы, или использование кредита (дебетовая карточка, кредитные карточки).

- Инвестиции от семьи и друзей: Как правило, финансирование со стороны семьи и друзей является неофициальным. Например, у Вас нет желания составить бизнес план заранее. Но неважно, как хорошо Вы знаете начинающих инвесторов, Вам следует заключить договор, чтобы избежать разногласий в будущем.
- Коммерческие займы (Банки): Вы можете обратиться в местный банк с целью получения займа, но имейте в виду, что банки не любят идти на риск, поэтому не удивляйтесь, если банки откажут давать займ на начало бизнеса без предоставления справки о доходах, или хронологии платежей;
- Инвестиции от инвесторов («Спонсоры»): Спонсоры являются частными лицами с крупным чистым капиталом, инвестирующими в зарождающиеся компании.
- Ссуды (публично-правовые организации, как внутренние, так и международные): Существуют государственные учреждения, предоставляющие ссуды на создание новой компании, а также международные группы, которые также дают ссуды в целях финансирования создания компании (например, AMP США).

Модуль 4:

• Организация

Краткий обзор: Каковы основные типы коммерческой структуры; как должен быть организован процесс создания бизнеса, и как осуществлять планирование по созданию достаточно гибкой организации к изменениям и росту

Один из многих вопросов, на который должен ответить владелец нового предприятие – это какую форму организации должна принять его компания. Часто по причине того, что бизнес еще только начал работу и является небольшим, предприниматель оформляет индивидуальное предпринимательство, иногда начинает с товарищества, в редких случаях с общества с ограниченной ответственностью (ООО). Мы постараемся изучить преимущества каждой формы организации.

[10] http://www.sba.gov/content/estimating-startup-costs

Индивидуальное предпринимательство:
Индивидуальное предпринимательство является самой простой и самой обычной структурой, которую выбирают, чтобы начать бизнес. Это коммерческая структура без образования юридического лица, которая находится в полном владении и которой управляет одно физическое лицо без разграничения между бизнесом и вами, владельцем. Вы имеете право на весь доход и несете ответственность за все убытки, долги и обязательства своего бизнеса.

Преимущества индивидуального предпринимательства

- **Основать просто и недорого**: Индивидуальное предпринимательство – самая простая и наименее затратная структура. Затраты минимальны с учетом расходов на юридическое оформление для получения необходимой лицензии или разрешений.

- **Полный контроль**. Поскольку вы единственный владелец бизнеса, то на вас возлагается полный контроль всех решений. Вам нет необходимости прибегать к консультации с кем-либо еще при принятии решений или внесений изменений.

- **Простой расчет налогов**. Ваш бизнес не облагается налогом отдельно, таким образом, для индивидуального предпринимателя довольно легко выполнить требования по налоговой отчетности. Налоговые ставки также являются самыми низкими из всех, которые имеются для коммерческих структур.

Недостатки предпринимательства

- **Неограниченная личная ответственность**. В силу того, что между вами и вашим бизнесом юридически не существует разделения, то вы становитесь лично ответственным по задолженностям и обязательствам. Данный риск распространяется на любой вид ответственности, как результат действий работника.

- **Нелегко собрать средства**. Индивидуальные предприниматели часто сталкиваются с трудностями в поисках средств. Инвесторы редко вкладывают деньги, так как вы не можете продавать часть акций своего бизнеса. Банки также с неохотой дают займы индивидуальному предпринимателю из-за отсутствия доверия, когда дело доходит до погашения и дела в бизнесе идут плохо.

Тяжесть ответственности. Обратная сторона всестороннего контроля – это груз ответственности и напряжение. Вы один полностью несете ответственность за успехи и неудачи своего бизнеса.[11]

Общество с ограниченной ответственностью (ООО)
Общество с ограниченной ответственностью является смешанным типом организационно-правовой структуры, что предусматривает признаки акционерного

[11] http://www.sba.gov/content/sole-proprietorship-0

общества с ограниченной ответственностью и оптимизацией налогов и производственной гибкостью товарищества.

«Владельцы» «ООО» называются «членами». В зависимости от положения, члены могут представлять отдельного человека (владельца), двоих и более лиц, акционерные общества и другие ООО.

Формирование ООО

Выбор названия предприятия

Существуют правила, которым должно следовать ваше ООО: (1) оно должно отличаться от всех уже существующих ООО и (2) оно должно указывать на то, что это - ООО (как например, «ТОО» или «частная акционерная компания»).

Создание операционного договора.

Несмотря на то, что правительство может не требовать операционный договор, его заключение настоятельно рекомендуется для ООО с несколькими членами, поскольку он структурирует финансы и организацию вашего ООО и предусматривает нормы и правила для гладкой работы. В операционном договоре обычно указывается процентное соотношение интересов, распределение прибыли и убытков, права, обязанности членов и другие положения.

Получение лицензии и разрешений. Как только предприятие зарегистрировано, вы должны получить лицензию и разрешения.

Преимущества ООО

- **Ограниченная ответственность**
  Члены общества защищены от личной ответственности за принятие решений или действий ООО. Это означает, что если ООО делает долги или на общество подают в суд, личные активы членов обычно изымаются. Аналогично происходит касательно защиты ответственности, которая предоставляется акционерам общества. Помните, что ограниченная ответственность означает «ограниченная» ответственность – его члены не защищены от неправомерных действий, в том числе действий работников общества.

- **Меньше учета**
  Одним из основных преимуществ является простая деятельность ООО.

- **Распределение прибыли.**
  В рамках ООО существует меньше ограничений по разделению прибыли, поскольку члены распределяют прибыль, как они считают нужным. Члены могут вносить капитал и личный трудовой вклад в различных пропорциях. Следовательно, члены общества сами решают, кто заработал какой процент прибыли или убытков.

Недостатки ООО

- **Ограниченный срок деятельности**
  Во многих юридических практиках, когда один из членов покидает ООО, компания расформировывается, и члены должны выполнить все оставшиеся юридические и коммерческие обязательства по закрытию бизнеса. Оставшиеся члены общества могут решать, хотят ли они начать создание нового ООО или распускают его. Однако вы можете включить положения в свой операционный договор о продлении деятельности ООО в случае, если один из членов решает оставить бизнес.

- **Налоги**
  ООО может иногда облагаться налогом по более высоким ставкам, чем индивидуальное предпринимательство.[12]

Товарищество

Товарищество – единый коммерческий субъект, в котором двое и более людей обладают правом собственности на акции.
Каждый из партнеров содействует всем коммерческим аспектам, включая вложение средств, обладание правом собственности, а также таким аспектам, как труд или навыки. В свою очередь, каждый из партнеров участвует в разделении прибыли и убытков.

Поскольку в товариществе при принятии решений участвует более одного человека, то очень важно обсудить широкий спектр вопросов и разработать юридический договор о товариществе. В данном договоре должны оговариваться принципы принятия будущих коммерческих решений, включая вопросы, касающиеся разделения доходов, разрешения спорных вопросов, внесения изменений в товарищество (вхождение новых партнеров или выход действующих партнеров), роспуска товарищества. Несмотря на то, что договор товарищества юридически не требуется, его наличие настоятельно рекомендуется, а производственная деятельность без него считается чрезвычайно рискованной.

Типы товарищества
Существует три общих типа статуса товарищества:

- **Полное товарищество с неограниченной ответственностью** подразумевает, что прибыль, ответственность и обязанности по управлению разделяются поровну между партнерами. Если вы делаете выбор в пользу неравного распределения, проценты, предназначенные для каждого из партнеров, должны быть зафиксированы в договоре о товариществе.

- **Товарищество с ограниченной ответственностью** более сложное, чем полное товарищество. Товарищество с ограниченной ответственностью позволяет партнерам обладать ограниченной ответственностью, а также ограниченным вкладом по принимаемым решениям относительно

[12] http://www.sba.gov/content/limited-liability-company-llc

руководства. Данные ограничения зависят от размера процентов инвестирования каждого из партнеров. Товарищества с ограниченной ответственностью привлекательны для инвесторов по краткосрочным проектам.

- **Совместные предприятия** выступают в качестве полного товарищества, но только на ограниченный период времени или на один проект. Партнеры в совместном предприятии могут быть признаны в качестве бессрочного товарищества, в случае если, они продолжают деятельность предприятия, но они должны быть зарегистрированы как таковые.

Формирование товарищества
Для формирования товарищества вы должны зарегистрировать свой бизнес. Также вы должны определить название фирмы. Для товарищества ваше юридическое название – это название, указанное в вашем соглашении о партнерстве, или фамилии партнеров.

После регистрации вашего предприятия, вы должны получить лицензию и разрешения на ведение деятельности. В зависимости от отрасли, региона и местоположения правила варьируются.

Преимущества партнерства

- **Просто и экономично**
  Товарищество в целом является экономичной и простой для формирования коммерческой структурой. Большое количество времени, затраченное на открытие товарищества, обычно составляет заключение соглашения о партнерстве.

- **Разделение обязательств по финансам**
  В товариществе каждый партнер вносит свой вклад в обеспечение успешности предприятия. Для получения капитала у товарищества имеется преимущество концентрации всех ресурсов. Это может быть выгодным с точки зрения обеспечения кредита или просто путем удваивания первоначального капитала.

- **Дополнительные навыки**
  Хорошее товарищество пожинает плоды от способности использовать сильные стороны, ресурсы и опыт каждого из партнеров.

- **Стимулирование работников партнерства**
  У товарищества имеется преимущество наемного труда перед другими предприятиями, если их работникам предлагается возможность стать партнером. Средства стимулирования в товариществе часто привлекают наиболее заинтересованных и высококвалифицированных работников.

Недостатки товарищества

- **Совместная или индивидуальная ответственность.**
  Аналогично индивидуальному предпринимательству в товариществе сохраняется полная, общая ответственность между владельцами. Партнеры несут ответственность не только за свои действия, но также за погашение задолженности и решения, принятые другими партнерами. К тому же личные активы всех партнеров могут использоваться для погашения задолженности товарищества.
- **Разногласия между партнерами**
  Разногласия в товариществе с несколькими партнерами возникают нередко. По всем решениям партнерам необходимо советоваться друг с другом, идти на компромиссы и разрешать спорные моменты по возможности мирным путем.
- **Разделение прибыли**
  В силу того, что товарищество находится в совместном владении, каждый из партнеров должен делить успехи и прибыль от бизнеса вместе с другими партнерами. Неравный вклад времени, усилий или ресурсов может стать причиной разногласия между партнерами.[13]

Акционерные компании

Акционерная компания – независимое юридическое лицо, находящееся во владении акционеров. Это означает, что на саму акционерную компанию, не на акционеров, которые являются владельцами, юридически возлагается ответственность за действия и задолженности по бизнесу.

Акционерная компания более сложная, чем другие коммерческие структуры, она облагается более высокими административными сборами и должна подчиняться более сложным налоговым и законодательным требованиям. В силу этого, в целом рекомендуется, чтобы в качестве акционерных компаний выступали более крупные компании с большим количеством работников.

Для бизнеса в данном положении акционерные компании предлагают возможность продажи частей бизнеса путем предложения акций.
Когда вы формируете акционерную компанию, вы создаете отдельное предприятие – налогоплательщика.

Преимущества акционерной компании

- **Ограниченная ответственность**
  Когда приходит время брать ответственность за задолженности или действия предприятия, личные активы акционеров находятся под защитой. Акционеры в целом могут только отвечать за свои вложения в акции компании.

[13] http://www.sba.gov/content/partnership

- **Возможность формировать капитал**
  У акционерных компаний имеется преимущество, когда наступает момент необходимости привлечения капитала для коммерческой деятельности – существует возможность получения капитала через продажу акций.

- **Правила взимания корпоративного налога**
  Акционерные общества подают налоговую декларацию отдельно от своих владельцев. Владельцы акционерного общества только оплачивают налоги на корпоративную прибыль, которая им выплачивается в форме заработной платы, премий и дивидендов, тогда как на любую дополнительную прибыль приходится ставка на корпоративный доход, которая обычно ниже ставки на личный подоходный налог.

- **Привлекательность для потенциальных работников**
  Как правило, акционерные компании имеют возможность для привлечения и приема на работу высококвалифицированных и мотивированных специалистов, поскольку они предлагают конкурентные преимущества и возможность частичного владения через биржевые операции с акциями (фондовый опцион).

Недостатки акционерной компании

- **Время и деньги**
  Акционерные общества являются затратными по средствам и времени предприятиями. Регистрация компании требует затрат на введение в действие, производственную деятельность, налоги, чего не требуется в большинстве других структур.

- **Двойное налогообложение**
  В некоторых случаях, акционерные общества подвергаются двойному налогообложению - первый раз, когда компания получает прибыль, и повторно, когда дивиденды выплачиваются акционерам.

- **Дополнительная документация**
  По причине того, что акционерные общества существенно регулируются федеральными, государственными и в некоторых случаях местными органами, то груз бумажной работы и учета, связанного с данным предприятием, увеличивается.[14]

• Местоположение

Краткий обзор: Почему местоположение важно для преуспевающего делового предприятия; как определить, является ли местоположение для бизнеса правильным; и соответствие расположения бизнеса типу бизнеса

[14] http://www.sba.gov/content/corporation

Выбор местоположения бизнеса является, наверное, самым важным решением, которое будет принимать владелец небольшого или недавно созданного бизнеса, поэтому для этого требуется точный план и проведение исследования. Сюда войдет демографический обзор, оценка вашего канала поставок, определение объема конкуренции, рамок бюджета, понимание государственных законов и налогов и многое другое.

Вот несколько рекомендаций, которые помогут вам выбрать правильное месторасположение.

Определите свои потребности
Большинство предприятий выбирают местоположение, которое предусматривает удобный доступ для клиентов. Кроме того, существуют менее очевидные факторы и потребности, например:

- **Зрительный образ торговой марки –** Соответствует ли месторасположение зрительному образу, который вы хотите поддерживать?
- **Конкуренция** – Предприятия, которые вас окружают, являются дополняющими или конкурирующими?

- **Местный рынок труда** – Имеются ли на данной территории потенциальные работники? Каково будет их расстояние от места работы до места жительства?

- **План будущего роста –** Если вы ожидаете будущий рост, выбирайте здание, в котором имеется дополнительное пространство, которое вам может понадобиться.

- **Близость к поставщикам** – Необходимо, чтобы они могли вас также легко найти.

- **Безопасность** – Учитывайте уровень преступности. Будут ли работники чувствовать себя в безопасности, находясь одни в здании или идя к своему транспорту?[15]

Практическое задание:
Айгерим хотела создать свой бизнес по подготовке людей к экзаменам; она дает репетиторство студентам местного университета по основам бухучета, чтобы они могли успешно сдать экзамены. Она провела исследование по местоположению университетов в Алматы и выяснила, что многие университеты расположены рядом с центром. Айгерим решила создать акционерную компанию, и зарегистрировала ее в государственном органе. Она назвала себя исполнительным директором и председателем совета директоров. Она также решила снять в аренду офис в центре города Алматы, и поместила объявление о своих услугах. Из-за расходов по созданию и финансовому обеспечению новой акционерной компании она должна была увеличить втрое ставку других услуг по обучению.

[15] http://www.sba.gov/content/tips-choosing-your-business-location

Айгерим выбрала правильное местоположение? Почему?

Каким было бы плохое местоположение?

Айгерим основала правильный тип бизнеса?

Каковы были факторы, которые вошли в стратегию ценообразования Айгерим?

Вы считаете, что бизнес Айгерим будет успешным? Почему.

Модуль 5:

- **Электронная коммерция, расширение и проблемы управления**

  Краткий обзор: Позиционирование своего бизнеса для роста; Электронная коммерция и вопросы для изучения роста бизнеса; рассмотрение вопросов управления и контроля в растущем бизнесе; факторы, ведущие к росту бизнеса; изучение опыта, необходимого для управления растущим предприятием; рост предприятия благодаря физическому расположению или посредством электронной коммерции Интернет, или в результате использования обоих вариантов; и какую роль играет обслуживание клиентов в развитии бизнеса.

Электронная коммерция

Электронная коммерция или электронный бизнес – это использование Интернета с целью содействия процессу ведения бизнеса. Представляет собой больше, чем просто наличие веб-страницы или веб-сайта.

Для чего нужна электронная коммерция?

Электронная коммерция может:

- Расширить услуги и доступ к клиентам за пределами местного рынка;
- Экономически эффективно продвигать ваш бизнес на рынке;
- Организовывать ваш бизнес-процесс через использование компьютерных программ;
- Позволять вам быстро сравнивать продукцию и цены;
- Снизить расходы на коммерческие операции;
- Увеличить популярность вашего бизнеса и доступ к поставщикам; и
- Позволить вам совершать коммерческие сделки и передавать информацию на дальние расстояния

Существует 3 вида электронной коммерции:

1. Взаимодействие «бизнес и клиенты»
2. Взаимодействие «бизнес и бизнес»
3. Взаимодействие «бизнес и государство»

Вы можете использовать Интернет в качестве средства для расширения своего действующего бизнеса или как способ открытия филиалов для других типов клиентов.

Не каждое предприятие готово совершить прыжок в мир Интернета. Вы должны решить, готов ли ваш бизнес к этому.

Наличие веб-сайта для клиентов:	**Согласен**	**Не согласен**
1. Я хотел бы расширить бизнес за пределы местного рынка.		
2. У моих конкурентов есть веб-сайты.		
3. Веб-сайт может обеспечить мне конкурентное преимущество перед моими конкурентами.		
4. Мои клиенты спрашивают, имеется ли у меня веб-сайт.		
5. Мои клиенты интересуются информацией о моем бизнесе.		
6. Я хочу представить информацию о своем бизнесе и продукции в наиболее эффективной форме.		
7. Я нахожусь в поисках новых рыночных стратегий.		
8. Я хочу улучшить уровень обслуживания клиентов.		
9. Я хочу повысить доверие потенциальных клиентов к своему бизнесу		
10. Я хочу, чтобы контактная информация о моем бизнесе была более доступной.		

Если вы согласны с какими-либо из приведенных утверждений, то вы должны рассмотреть вопрос о готовности создания веб-сайта.

Продажа клиентам по Интернету	**Согласен**	**Не согласен**
1. Мои текущие клиенты хотят заказывать и покупать по Интернету.		
2. Потенциальные клиенты могут быть заинтересованы в покупке через Интернет.		
3. Я хочу увеличить продажи за пределами местного рынка.		
4. У моих конкурентов есть веб-сайты с возможностями электронной коммерции.		

Если вы согласны с приведенными выше утверждениями, то вы должны рассмотреть вопрос о готовности перехода к электронной коммерции.

Внедрение электронной коммерции

1. У вас имеется доступ к Интернету?
2. У вас имеется аккаунт электронной почты и имя домена?

3. Какова ваша рыночная стратегия для привлечения новых клиентов на вашу веб-страницу?
4. Вы достаточно знаете об электронной коммерции и технологии?
5. Имеется ли у вас соответствующее оборудование?
6. Позаботились ли вы о конфиденциальности и безопасности?

Основные причины для инвестирования в электронную коммерцию:

1. Делает бизнес более эффективным: Увеличивает скорость и точность деловых сделок.
2. Сокращает расходы: сокращает время и бумажную работу.
3. Позволяет малому предприятию конкурировать как крупное предприятие: Предусматривает те же товары и услуги, что и более крупные предприятия.
4. Позволяет быстро распространять информации: Быстрое обновление информации на веб-страницах.
5. Улучшает уровень обслуживания клиентов: Обеспечивает более широкий выбор и качественное обслуживание клиентов.
6. Достигает новых рынков: Наличие в сети позволяет потенциальным клиентам быстрее вас отыскать.

Трудности электронной коммерции	**Возможные решения**
У меня нет времени	Внешние источники Осуществление частичной Интернет-стратегии (начните с малой)
У меня нет денег	Сколько стоит, чтобы не заниматься электронным бизнесом? Взвесьте затраты и прибыль электронной коммерции Получите финансирование Рассмотрите решения с низкой стоимостью, как например, страница заказа
Я плохо ориентируюсь в технологиях	Пройдите курсы Поговорите с экспертами
Мой бизнес в этом не нуждается	Что делают ваши конкуренты? Ваши клиенты готовы к электронному бизнесу?

Безопасность электронной коммерции:

Ваш электронный бизнес должен быть безопасным, чтобы ваши клиенты могли чувствовать себя уверенно, осуществляя покупки на вашем веб-сайте. Разработайте вместе с Интернет-провайдерами и провайдерами веб-хостинга безопасный механизм для электронного шопинга.

Расширение своего бизнеса:

Как только ваше предприятие показало уверенные продажи, вы можете подумать о расширении бизнеса. Самыми трудными решениями, с которыми сталкивается владелец малого бизнеса, принимая решения о расширении, являются финансовые. Расширение может быть очень дорогостоящим, и зачастую может ударять по денежному потоку уже успешного малого бизнеса. Владелец малого бизнеса должен тщательно взвесить, откуда можно взять деньги для инвестирования в новое расширение, и как скоро они могут окупиться. Идеальной ситуацией для предприятия было бы расширение только при проверенном спросе на его продукцию или услугу.

Зная это, как вы можете расширить свой бизнес?

Вот несколько вариантов:

1. **Новое местоположение.**

   Это, может быть, не самый ваш лучший вариант для расширения бизнеса, но в данном списке он стоит на первом месте, потому что это то, что в первую очередь часто приходит в голову многих предпринимателей, думающих о расширении. Физическое расширение, путем нового местоположения или увеличения территории существующего местоположения, может не всегда быть лучшим решением, связанным с ростом, если не провести тщательное исследование и планирование. Перед тем, как открыть другое местоположение, вот несколько рекомендаций:

   - Убедитесь, что чистая прибыль и показатели стабильного роста за последние несколько лет находятся на стабильном уровне.
   - Изучите экономические и потребительские тенденции, показатели, свидетельствующие о жизнестойкости вашей компании.
   - Убедитесь, что ваши системы управления и группа руководителей являются нестандартными, они вам понадобятся для получения нового местоположения и ведения бизнеса.
   - Подготовьте полный бизнес-план для нового местоположения.
   - Определите, откуда и когда вы получите финансирование.
   - Выбирайте местоположение исходя из того, что наилучшим образом подходит для вашего бизнеса, а не кошелька.

   Если вы планируете физическое расширение, вот несколько рекомендаций для увеличения шансов на успех.

   1. Попросите помощь в создании рекламной кампании своего бизнеса для местного сообщества
   2. Развивайте местную рыночную стратегию
   3. Концентрируйтесь на том, что вы делаете, и прилагайте максимум усилий.

2. Предложите свое предприятие в качестве торговой привилегии
   a. Вы можете рассмотреть вопрос о расширении путем привлечения других лиц к своей работе через практику выдачи торговых привилегий. Выдача торговых привилегий – это когда вы разрешаете кому-то еще использовать название вашей компании, но данное лицо

является владельцем такого предприятия и местоположения. В обмен на это, вы получаете платеж за использование лицензии и сохраняете полный контроль над своим бизнесом.

3. Запатентуйте свою продукцию
    a. Это происходит аналогично выдаче торговых привилегий, но вместо предприятия вы разрешаете продавать свою продукцию в обмен на лицензионный платеж.

4. Создайте союз
    a. Вы можете сотрудничать с другими предприятиями, даже из вашей же отрасли, но предлагающими другую продукцию, или с другим предприятием, предлагающим дополняющую продукцию.

5. Расширьте ассортимент
    a. Продавайте дополняющую продукцию или услуги
    б. Импортируйте или экспортируйте свою продукцию или продукцию других

6. Нацельтесь на другие рынки
    a. Вы можете обеспечить рост, обращая свое внимание на другие рынки

7. Совершайте сделки по слиянию и поглощению с другим предприятием

8. Расширяйте свое предприятие через Интернет
    a. Вы можете продвигать многие свои товары в Интернете, и расширять деятельность своего предприятия через Интернет.

Как вы можете узнать о готовности своего бизнеса к расширению?

- Ваш бизнес демонстрирует постоянный уровень дохода, который продолжает расти или оставаться на стабильном уровне за последние три – пять лет.

- Кассовая прибыль является для вас надежным источником капитала, который вы можете снова инвестировать в свой бизнес, таким образом, ограничивая или исключая какую-либо необходимость в займе для расширения бизнеса.

- Вы охватили и удержали приблизительно 20 и более процентов целевого рынка и создали базу приверженных клиентов.

- Выше предприятие находится в отрасли, которая поддерживает или представляет интерес для потребителей.

- Выдача торговых привилегий, лицензирование продукции и другие партнерские возможности открывают потенциал для расширения вашего брэнда и проникновения на новые рынки.

Недостаточная капитализация остается одной из основных причин банкротства предприятия, и не ограничивается начальной фазой создания. Если доход нестабильный, и возникают трудности с денежным потоком, то надежда исключительно на самофинансирование может ослабить ваше предприятие вместо того, чтобы его укрепить. Перед тем, как принять решение о финансировании, проведите тщательную оценку своих финансов и изучите все варианты займа для расширения бизнеса.

Основой всех небольших предприятий являются постоянные клиенты. Вы уже нашли своего целевого потребителя? Они задают вопросы о более широком выборе продукции и услуг или других видах продукции и услуг? Если ваш бизнес зависит только от нескольких клиентов, которые зачастую тоже занимаются бизнесом вместе с вами, то улучшит ли расширение вашего бизнеса отношения с этими людьми; проложит путь к формированию отношений с новыми клиентами? Другими словами, вы должны быть уверены в наличии возможности для ведения бизнеса, и в том, что вы не упустили свой рынок.
Расширение бизнеса – это логичный выбор, если вы работаете в отрасли, где потребительский интерес находится на высоком уровне, и вы идете в ногу с технологиями своей отрасли. Однако если ваш бизнес начинает постепенно устаревать в результате использования новых технологий, и вы не планируете поэтапной ликвидации старого для создания нового, то вам не следует думать о расширении. Также вам не следует задумываться о расширении, если ваша отрасль претерпевает временный спад деловой активности. Перед тем, как приступить к расширению, дождитесь тенденции к оживлению.

Как узнать, что вы готовы к расширению?

- У вас есть сильная команда работников, чья компетенция, таланты и способности совпадают с вашими целями по расширению бизнеса, или вы знаете, где их найти

- Вы готовы играть стратегическую, менее практическую роль в своем бизнесе

- Вы составили план расширения бизнеса, в котором отражены ваши цели и стратегии управления любыми «болезнями роста»

Расширение малого бизнеса на начальной стадии может потребовать столько же времени, усилий и самоотдачи, сколько и на этапе его открытия. Если вам нравится приток адреналина, которые вы испытывали на начальной стадии открытия своего предприятия, возможно, вы преуспеете и во время его расширения. Убедитесь, что вы готовы снова к этому вызову, и вы не просто идеализируете те безмятежные счастливые дни начала вашего бизнеса.

Если у вас сильная команда работников, и вы можете эффективно использовать их умения и возможности для развития своего бизнеса, то у вас появятся ресурсы, которые необходимы для расширения. Если у вас нет сильной команды, то для

расширения бизнеса вам необходимо ее набрать, за исключением случаев, когда ваш бизнес – это на самом деле одиночное управление предприятием.

Как только ваш бизнес начнет расширяться, у вас появится больше ответственности, которая будет нести скорее стратегический и управленческий характер, нежели тактический. Если вы не чувствуете себя уверенно при передаче полномочий, то расширение своего бизнеса путем добавления дополнительных уровней штата между вами и потребителями является не самым лучшим способом для роста своего бизнеса. С другой стороны, если вы очень хотите освободить себя от текущей деятельности для того, чтобы встать на путь разработки и реализации новых стратегий, то вы, возможно, готовы вывести свой бизнес на новый уровень.

И, наконец, самый лучший способ убедить себя, а не только свой бизнес, что вы готовы к расширению – это составление бизнес-плана по расширению. Если вы периодически пересматриваете свой исходный бизнес-план, то вы уже готовы к планированию роста. Обязательно включите наилучший и наихудший варианты развития событий, и обозначьте шаги, которые вам понадобятся, чтобы справиться с «болезнями роста», которые сопровождают процесс расширения малого предприятия.

Модуль 6:

• Правовые вопросы и риски

Краткий обзор: Какая правовая структура наиболее лучшая для мелкого предпринимательства и почему; воздействие налогообложения на предприятия, новые и растущие; что должен предприниматель учитывать при регистрации своего бизнеса; какие правила существуют для бизнеса предпринимателя, и где эти правила найти; какие предпринимательские риски существуют; выявление предпринимательских рисков; и смягчение предпринимательских рисков

Структура управления

Согласно Конституции Республики Казахстан, страна является демократическим, светским и социалистическим государство. Власть делится на исполнительные, законодательные и судебные органы. Главой государства является Президент, который контролирует исполнительную власть государства. Законодательная власть находится у Парламента, который состоит из 2 палат: Сената и Мажилиса. Правительство возглавляет Премьер-министр. И, наконец, судебная власть принадлежит Верховному суду страны.

Виды юридических лиц

Акционерное общество (АО)
Юридическое лицо, которое действует отдельно и обособленно от своих акционеров (т.е. акционеры не несут ответственность за задолженность или по обязательствам АО). Может иметь одного или более акционеров. Минимальный капитал, необходимый для АО, составляет 50 000 кратный МРП (или примерно 50 000 долларов США).[16]

Товарищество с ограниченной ответственностью (ТОО)
Структура ТОО похожа на АО, за исключением того, что ТОО не выпускают акции. Участники имеют долевое участие в партнерстве. Один или несколько участников могут организовать ТОО. Как правило, обязательства по ТОО ограничиваются показателем вкладов участников. Однако к этому общему правилу Гражданский Кодекс предусматривает множество исключений.[17]

Учреждение компании
Как правило, все хозяйственные единицы на территории Республики Казахстан должны быть зарегистрированы. Государственная регистрация осуществляется по принципу «одного окна», в соответствии с чем все документы подаются в один орган. В данном случае: Центр обслуживания населения (ЦОН). Процедура может происходить где угодно и занимать от 3 до 14 дней (исключает время на регистрацию юридического лица в статистическом и налоговом управлении).[18] Все документы должны быть подписаны, проштампованы и при необходимости нотариально заверены. Как правило, существует пошлина за услугу государственной регистрации. После регистрации новое юридическое лицо должно получить печать в уполномоченной компании по разработке и изготовлению печатей.[19]

Расположение
Расположение предприятия – это адрес, указанный в учредительном документе (уставе). Место осуществления деятельности. Расположение определяет суд, в котором будут рассматриваться юридические разногласия, и в котором будут оплачиваться налоги. Налоговые органы имеют право проводить проверки, чтобы подтвердить расположение предприятия. [20]

---

[16] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 10

МРП: Месячный расчетный показатель (МРП) был установлен Законом Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2011—2013 гг.». С 1 января 2011 года МРП составляет 1 512 тенге.

[17] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 10
[18] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 11
[19] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 11
[20] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 11

Обзор принципов налогообложения

Самостоятельная занятость и доход от коммерческой деятельности

Доход физических лиц, участвующих в коммерческой деятельности (индивидуальные предприниматели), является объектом налогообложения. Налог устанавливается в соответствии с годовым доходом предприятия (валовой доход за вычетом расходов). Владелец бизнеса должен знать, что для вычета расходов, индивидуальный предприниматель должен быть зарегистрирован в налоговом органе и предоставить документацию по коммерческим издержкам.

Налоговые ставки на доход от самостоятельной предпринимательской деятельности будут такими же, как и на заработную плату, как указано в разделе «Ставки»; они не применяются к индивидуальным предпринимателям, использующим упрощенный режим налогообложения, а также адвокатам и частным нотариусам. Потери от предпринимательской деятельности могут переноситься на будущий период до десяти лет для вычета налогооблагаемого дохода. Потери не могут быть отнесены на предыдущий период. [21]

Налоговые ставки

Следующие налоговые ставки применяются к физическим лицам, являющимся резидентом и нерезидентом, в зависимости от вида дохода:[22]

Вид дохода	Налоговая ставка
1. Заработная плата резидентов и нерезидентов	10%
2. Доход адвокатов и частных нотариусов	10%
3. Доходы от прироста капитала, процент и выигрыши	10%
4. Дивиденды, полученные резидентами	5%
5. Дивиденды, процент, авторские отчисления, выплаченные нерезидентам казахстанскими юридическими лицами	15%
6. Доход нерезидентов, зарегистрированных в налоговой гавани	20%
7. Прочий доход (не связанный с работой), выплаченный нерезидентам	20%

[21] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 15
[22] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 16

Календарный год – это налоговый год. Налоговый агент должен нести ответственность за удержание и освобождение от выплаты подоходного налога с физических лиц, являющихся резидентом и нерезидентом. В рамках механизма удержания, налоговый агент удерживает и перечисляет в государственный бюджет личный подоходный налог, от оплаты которого предусматривается освобождение, ежемесячно к 25-му дню месяца, следующего после месяца, в котором был выплачен доход. Налоговый агент должен представлять отчет по личному подоходному налогу и социальному налогу (который включает отчисления в пенсионный фонд и взносы в фонд социального страхования) ежеквартально к 15-му дню второго месяца, следующего после отчетного квартала. Если налоговый агент отсутствует, налоговую декларацию должно представить физическое лицо. Крайним сроком для представления такой декларации является 31 марта года, следующего после отчетного года, а задолженности по налоговым платежам (перед государством) должны быть устранены в течение 10 календарных дней после установления крайнего срока.

Следующие физические лица, являющиеся налоговыми резидентами, должны представить казахстанские налоговые декларации:
1. Индивидуальные предприниматели
2. Частные нотариусы и адвокаты
3. Физические лица, получившие доход от имущества
4. Физические лица, получившие доход, не обложенный налогом, у источника платежа в Казахстане, включая доход за пределами Республики Казахстан
5. Физические лица, имеющие средства на зарубежных банковских счетах за пределами Казахстана

Закон предусматривает процентные наказания за просроченный платеж, штрафы за просрочку подачи декларации и штрафы за занижение показателей в отчетности по налогооблагаемому доходу. [23]

Социальный налог
В Казахстане нет налога на нужды социального обеспечения, как в других странах. Социальный налог оплачивается работодателями. Однако этот налог является дополнительным прямым налогом, взимаемым с работодателей, который не предназначен для пособия по социальному страхованию работников.[24]

Работодатели должны выплачивать социальный налог по твердой ставке 11% от общего дохода за вычетом обязательных отчислений в пенсионный фонд для граждан Казахстана. Минимальная налогооблагаемая база по социальному налогу на работника – это ММО. Социальный налог должен перечисляться в государственный бюджет ежемесячно к 25-му дню месяца, идущего после налогового периода. Месячное обязательство по уплате социального налога сокращается на ежемесячную сумму обязательных взносов в фонд социального страхования.

[23] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 17
[24] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр. 17

Для индивидуальных предпринимателей (кроме предпринимателей, работающих по специальным налоговым режимам), частных нотариусов и адвокатов (поверенных), ставка социального налога составляет двукратный МРП (примерно 20 долларов США) за себя и однократный МРП (примерно 10 долларов США) за каждого работника, при наличии такового.[25]

Отчисления в пенсионный фонд
Обязательные отчисления в пенсионный фонд в размере 10% от оклада брутто местных работников должны удерживаться и перечисляться в пенсионные фонды работодателем ежемесячно. Полученный доход, превышающий 75-кратный ММО (примерно 8 200 долларов США) в месяц, не является объектом обязательных отчислений в пенсионный фонд. Обязательные отчисления в пенсионный фонд удерживаются в целях личного подоходного налога и социального налога. [26]

Обязательные взносы в фонд социального страхования
Обязательные взносы в фонд социального страхования по ставке 5% должны выплачиваться работодателями из зарплаты, выплачиваемой работникам. Доход, превышающий 10-кратный ММО (примерно 1 100 долларов США), не является объектом обязательных взносов в фонд социального страхования в месяц. Индивидуальные предприниматели также являются объектом обязательных взносов в фонд социального страхования. Ставка обязательных взносов в фонд социального страхования для индивидуальных предпринимателей также составляет 5%. Такая ставка применяется к ММО. [27]

Налог на добавленную стоимость
В Казахстане применяется НДС по модели Европейского Союза. Ставка НДС постепенно снизилась с 20% в конце 1990-х гг. до 12% в настоящее время.

Все налогоплательщики, зарегистрированные для целей НДС, должны начислять НДС на свои облагаемые налогом предложения, рассчитывать и представлять отчеты по своим обязательствам по НДС. Налогоплательщики должны быть зарегистрированы для целей казахстанского НДС, если их общий оборот в календарном году превышает 30 000 МРП (или примерно 300 000 долларов США). Даже если не требуется регистрация субъекта в целях НДС, это может делаться на добровольной основе путем подачи заявления в соответствующий налоговый комитет.
Штрафы за факт отсутствия регистрации суровые: 30% от оборота.
Что касается плательщика НДС, облагаемый налогом оборот составляет сумму практически любого вида предложения, которое он делает (например, продажа,

[25] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 17
Примечание: ММО: Минимальный месячный оклад (ММО) был установлен Законом Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2010—2012 гг». Начиная с 1 января 2011 г. ММО составляет 15 999 тенге.
[26] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 17
[27] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 17

обмен или дарение) относительно товаров, работ и услуг, и сумму приобретения товаров, работ и услуг у незарегистрированных нерезидентов. Существует ограниченное количество необлагаемых налогом и освобожденных от пошлин предложений, которые являются исключением из этого правила.

Определения:
•Для казахстанского НДС термин «товары» применяется практически к любой форме собственности или имущественным правам.

• Подлежащие налогообложению предложения работ или услуг – это любые предложения оплачиваемых и бесплатных работ или услуг, или что-либо другое, выполненное за вознаграждение, и не являющееся предложением товаров.

Товары и услуги подлежат обложению НДС, если по правилам места предложения они предлагаются и оказываются на территории Республики Казахстан. Правила места предложения примерно похожи правилам Европейского союза; в частности, подразумевается предложение, которое осуществляется за пределами Казахстана, как, например, консультирование, оказываемое на территории Республики Казахстан, и таким образом подлежащее налогообложению.[28]

Регистрация НДС
Регистрация НДС отделяется от налоговой регистрации, которая происходит в рамках «единого окна». Регистрация осуществляется в течение 10 рабочих дней до конца месяца, в котором превышен порог оборота.

Ставка НДС и соблюдение
Ставка НДС составляет 12%, а периодом налогообложения НДС является календарный квартал. Крайним сроком подачи декларации по НДС является 15-й день второго месяца, следующего после отчетного периода. Крайним сроком погашения обязательства по НДС является 25-й день второго месяца после отчетного периода.[29]

Система взимания налогов
В Республике Казахстан правила взимания налогов носят комплексный характер, а штрафы даже за незначительные нарушения могут быть значительными. Многие налогоплательщики подвергаются проверкам, а руководство налоговой проверки является очень важным процессом.

Налоговые декларации
Налоговые отчеты (включая расчеты) составляются налогоплательщиком, налоговым агентом или их представителями. Налоговые отчеты могут составляться в бумажной или электронной форме на казахском или русском языках.

Налоговая проверка

[28] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 20
[29] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр.21

Налоговые проверки обычно могут делиться на следующие основные категории:

- Комплексная налоговая проверка
- Предметная (целевая) налоговая проверка
- Перекрестная налоговая проверка

Налоговые проверки могут охватывать любой период не позднее срока давности, который составляет пять лет. Как правило, налоговые проверки могут носить вторгающийся и трудоемкий характер, и иногда могут привести даже к изъятию документов и расследованию нарушений финансовой полицией.[30]

Оценка

По завершении налоговой проверки, налоговые управления обычно выдают акт о проведении налоговой поверки. (Если не обнаружены нарушения налогового законодательства, в акте о налоговой проверке делается соответствующая запись.) На основе результатов, отраженных в акте, налоговые управления выдают «уведомление» об оцененных суммах налогов и других обязательных платежей в бюджет, а также соответствующих штрафов и процентов. [31]

Право аппеляции

Налогоплательщики имеют право в установленные сроки аппелировать акты налоговых управлений в вышестоящий орган налогового управления или в суд.

Штрафы и проценты

Кодекс об административных правонарушениях устанавливает административные наказания за несоблюдение налогового законодательства. Кодекс налагает административные штрафы за несоблюдение налоговой дисциплины, включая следующее:

•Заниженные налоги: 30–50% от суммы заниженного налога для компании и 20 МРП (или примерно 200 долларов США) для сотрудников компании

•Занижение платежа авансового подоходного налога корпорации более чем на 20%: штраф составляет 40% от заниженного налога

•Неудержание или неоплата налога: 30–50% от суммы неудержанного налога для компаний и 20 МРП (или примерно 200 долларов США) для сотрудников компании

•Сокрытие объектов налога: 150% от подлежащих уплате налогов по скрытой сумме для компании и 20 МРП (или примерно 200 долларов США) для сотрудников компании.

Процент применяется к просроченным налоговым платежам по 2,5-кратной официальной ставке рефинансирования Национального Банка (на сегодняшний день 7,5%) от неуплаченного налога за каждый день просрочки. В дополнение к вышесказанному, в Казахстане к налогу применяется понятие уголовной

[30] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 22
[31] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 22

ответственности. Уголовное правонарушение со стороны организации возникает, когда неправильно сообщенная сумма налогов превышает 2000 МРП (или примерно 20 000 долларов США). Такие правонарушения могут вызвать расследования со стороны финансовой полиции и даже судебное преследование физических лиц, являющихся ответственными за правонарушения.[32]

Трудовое законодательство

Новый Трудовой кодекс был принят в 2007 году, и он систематизировал законодательные акты, относящиеся к трудовым отношениям. Кодекс регулирует трудовые отношения резидентов и нерезидентов, находящихся на территории Республики Казахстан. С каждым работником должно быть заключено трудовое соглашение. Соглашение должно отражать права, обязательства и гарантии работника в соответствии с требование Трудового кодекса. Как правило, трудовое соглашение не может отрицательно сказываться на правах или ограничивать права работника, как установлено Кодексом.[33]

- Согласно Кодексу, работодатель несет ответственность за надлежащее исполнение трудового соглашения. Трудовые соглашения могут быть заключены на определенный или неопределенный срок. Трудовым соглашением может быть установлен испытательный срок, который не должен превышать три месяца.
- Казахстанским законодательством устанавливается минимальное требование ежемесячного оклада. Рабочая неделя не должна превышать 40 часов. Согласно Кодексу, сверхурочная работа не должна превышать более 120 часов в год.
- Минимальный период оплачиваемого отпуска согласно Кодексу составляет 24 календарных дня. Для работников, работающих в опасных и вредных условиях, должны предусматриваться дополнительные отпускные дни.
- Отпуск по беременности и родам составляет 126 календарных дней (70 дней до рождения ребенка и 56 дней после рождения, и до 70 дней в случае осложнения, а также для тех матерей, имеющих двух и более детей).
- Согласно казахстанскому законодательству, работодатель обязан застраховать работников от несчастных случаев во время выполнения своих рабочих (официальных) обязанностей в течение 10 рабочих дней с момента государственной регистрации работодателя.[34]

[32] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 22
[33] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011), стр. 25
[34] Ведение бизнеса в Казахстане: налоговые и правовые аспекты (E&Y, 2011 г.), стр.25

Контакты:

В г. Семей:	**В г. Астана:**
ул. Ленина, 9,	ул. Бейбитшилик, 8,
офис № 202, №204	офис №2
Тел.: +7 /7222/ 52 30 05	Тел.: + 7/ 7172/ 59 14 06
Факс: +7 /7222/ 52 51 32	Факс: + 7 /7172/ 59 14 06

Фейсбук/SemeyProgramme
Программа Развития ООН/United Nations Development Programm