

Присылать выполненные задания (Практическая работа и тест) до 10.12.23 на электронный адрес istoria.do@mail.ru: с указанием номера группы, ФИО студента.

Тема: «Спрос на труд и его факторы. Предложение труда. Факторы предложения труд»

Задание

- 1. Изучить лекцию и ответить на вопросы к пунктам**
- 2. 32-й президент США Франклин Рузвельт сказал однажды, что «одним из признаков современной свободной и демократической нации является наличие у неё свободных и независимых профсоюзов». Согласны ли вы с его высказыванием и почему? Напишите мини-эссе.**

План:

1. Понятие рынка труда и его характеристики.
2. Спрос на рынке труда.
3. Факторы формирования предложения на рынке труда.

1. Понятие рынка труда и его характеристики.

Рынок труда является одним из главнейших факторов производства. Он дает возможность наемным работникам продавать свое рабочее время и профессиональное мастерство работодателям и получать в обмен доходы в виде заработной платы, процента или ренты. Роль рынка труда в экономике каждой страны чрезвычайно велика. Продавая свой труд, люди получают доходы, от которых зависит потом и уровень их потребления. Уровень получаемых от зарплаты доходов напрямую зависит от ситуации на рынке труда, который определяет стоимость рабочей силы, условия найма, условия труда, возможность профессионального обучения и другие факторы. Рынок труда отражает занятость населения, динамику безработицы и мобильность рабочей силы. Он также подчиняется законам спроса и предложения, но в то же время имеет ряд отличий от товарных рынков.

Рынок труда - это совокупность экономических механизмов и норм, позволяющий людям обменивать свои трудовые услуги на их вознаграждения.

Таким образом, рынок труда соединяет людей, желающих продать свои трудовые услуги - *работники*, и организации, которые хотят эти услуги купить для осуществления своей деятельности - *работодатели*. Важнейшим условием нормального функционирования рынков товаров и услуг является мобильность трудовых ресурсов. Иными словами, развитие событий на рынке труда тесно связано с тем, как ведет себя трудоспособное, экономически активное население. Под трудоспособным населением называют людей трудоспособного возраста, которые могут и желают продать свои трудовые услуги.

Мобильность рабочей силы бывает двух видов: профессиональная и территориальная.

Под профессиональной мобильностью рабочей силы понимается способность человека овладевать разными профессиями и переучиваться в течение жизни. Конечно мы понимаем, что человек делает такой шаг, если его принуждают обстоятельства или ему это выгодно. Американцы, например, считают, что каждый человек должен овладеть не менее пятью профессиями. Они снова садятся на студенческие скамьи и приобретают новые профессии, которые сулят им более выгодные условия труда. В нашей стране в 90-е годы также сложилась такая обстановка, что многие были вынуждены переучиваться: работники научно-исследовательских институтов, конструкторских бюро и различных государственных структур. Престижно было получать второе высшее образование.

Территориальная мобильность рабочей силы - это способность и готовность людей менять место жительства ради получения работы. В советский период люди, переходившие с одного места работы на другое, так называемые «летуны» не поощрялись в обществе. Наоборот, ценились люди, которые много лет проработали на одном предприятии и прошли путь от простого работника до директора предприятия.

Американские же рабочие и служащие за свою жизнь могут менять свое место работы более 10 раз. Они стремятся работать там, где за такую же работу платят лучше. Такое рациональное поведение присуще даже японцам, воспитанным по традициям пожизненного найма.

На рынок труда оказывают влияние различные демографические факторы: уровень рождаемости, темпы роста трудоспособного населения, половозрастная структура общества, степень экономической активности различных групп трудоспособного населения, иммиграция рабочей силы из других стран. Ученые отмечают фактическое существование двух рынков труда. Один из них включает рабочие места специалистов с высшим образованием, управляющих и администраторов, высоко- и среднеквалифицированных рабочих. На этом рынке проявляется высокая мобильность рабочей силы, высокий уровень оплаты труда, широкие возможности для профессионального роста. Другой рынок охватывает рабочие места, не требующие специальной подготовки и квалификации. Их занимают работники обслуживания (официанты, медицинский обслуживающий персонал и т.д.), неквалифицированные рабочие, низшие категории служащих. Для этого рынка характерны высокий уровень безработицы и текучести кадров, слабые карьерные перспективы.

Рынок труда имеет ряд существенных особенностей:

1. спрос здесь предъявляется не на трудовые услуги вообще, а на услуги определённого типа и сложности (например, не на услуги водителей вообще, а на услуги водителей автобусов с определённым уровнем квалификации и опыта);

2. наряду с общенациональным существуют местные рынки труда (например, рынок труда Воронежской области и г. Москвы). Здесь соотношения спроса на трудовые услуги одного и того же типа, и их предложения существенно различаются;

3) предложение трудовых услуг может варьироваться в силу того, что люди способны менять профессию, овладевая иной квалификацией.

Запись в тетради:

Спрос – отражает объем и структуру общественных потребностей в рабочей силе.

Предложение – характеризует численность и состав людей (трудоспособного населения), способных к труду, заинтересованных в труде и нуждающихся в получении работ.

Конъюнктура – соотношение спроса и предложения на рабочую силу.

Закрепление по 1 вопросу плана:

1. *Что предлагается к продаже на рынке труда?*

2. *Привести примеры профессиональной и территориальной мобильности населения.*

2. Спрос на рынке труда.

Рынок труда – это рынок не первичного спроса (с ним мы встречаемся на рынках товаров и услуг), а **спроса производного**.

Производный спрос – это спрос на факторы производства, порождаемый необходимостью их использования для производства товаров и услуг. Дело в том, что способность трудиться как таковая (то есть свободное время и навыки) даже самого квалифицированного работника (например, фрезеровщика или парикмахера) никому не нужна. Её нельзя потребить напрямую. И время труда, и навыки любого рода приобретают ценность для общества – и превращаются в интересующий рынок товар – только в том случае, если есть спрос на товары и услуги, для производства которых нужно это время и эти навыки. Иначе говоря, трудовые способности фрезеровщика могут быть проданы на рынке труда лишь в том случае, если в стране есть спрос на продукцию машиностроительных предприятий. Да и самый искусный парикмахер может получить место лишь в том случае, если люди готовы платить за услуги парикмахерских, а не предпочитают стричься дома по старинной русской моде – «под горшок».

Поэтому число работников, которые могут получить работу определяется положением дел на товарных рынках. Производительность спроса как бы задает рамки, в которых может развиваться рыночный торг.

Закрепление по 2 вопросу плана:

1. *Чем первичный спрос отличается от производного?*

2. *Как Вы считаете: что дороже: земля под виноградником или участок земли, засеянный картофелем?*

3. *Чем на Ваш взгляд определяется спрос на услуги строительных рабочих и спрос на специалистов в области информационных технологий?*

3. Факторы формирования предложения на рынке труда.

Рассмотрим сейчас, как на этом рынке труда формируется предложение. Реально рынок труда состоит из множества рынков труда отдельных профессий. Труд - это необходимое условие существования человечества. Все это прекрасно понимают. Но понимание этого не превращает труд в физиологическую потребность людей. Ученые – экономисты выделяют важнейшие факторы, которые заставляют людей взяться за выполнение той или иной работы. Как вы считаете, какие это факторы? (Обсуждение со студентами)

Запись в тетради:

Давайте конкретизируем данные на схеме факторы. Итак, заработная плата.

Неизбежность траты своих сил и времени ради получения заработной платы (без которой своих потребностей не удовлетворить) побуждает человека отказываться от праздности и наниматься на работу. И чем выше эта плата, тем охотнее человек берётся за труд. Но, зная только это, мы ещё не поймём всей логики поведения людей на рынке труда. Для этого надо разобраться в том, что может ослаблять готовность людей трудиться.

Но в мире экономики у каждого выбора есть своя цена. Какую же цену выбора мы платим, когда идём работать? Цена эта измеряется тем свободным временем, которое мы могли бы использовать для занятий тем, что нам нравится, но которое теперь вынуждены отдавать работе.

Другой фактор, который ослабляет интерес людей к труду, - это тягость самих обязанностей, которые надо выполнять за плату. Чем более утомителен тот или иной вид работы, чем больше сил он отнимает у человека, тем большую плату люди за него потребуют. Тягость труда – это мера физической и нервной сложности и утомительности выполнения профессиональных обязанностей.

Наконец, на предложение труда влияет сложность обязанностей, которые надо выполнить успешно, чтобы твои трудовые усилия были оплачены.

Для выполнения многих видов работ необходимо иметь особые способности и долго учиться. Но такими способностями наделены не все, и не все согласны на длительный срок профессионального обучения, предпочитая виды деятельности, где этот срок минимален.

Каждый человек, таким образом, решает для себя – трудиться ему или бездельничать. Каждый ищет ту нишу, которая позволит ему заняться конкретным видом профессиональной деятельности, чтобы получить какую-либо выгоду.

Зная это, мы можем сформулировать закон предложения на рынке труда: *чем выше плата, которую работодатели готовы платить за выполнение определённого вида работы, тем большее число людей готовы эту работу выполнять.*

Есть, конечно, профессии, которые приносят большой доход, например, знаменитые оперные певцы, их заработки чрезвычайно высоки, но такими вокальными данными наделены немногие люди, и повышение ставки заработной платы этого изменить не может.

Закрепление по 3 вопросу плана:

1. Какие факторы влияют на величину предложения на рынке труда?
2. Какие варианты взаимосвязей могут существовать между престижностью профессии и уровнем её оплаты?

Вывод: Рынок труда – один из главных факторов производства. С одной стороны, он позволяет наёмным работникам продать своё рабочее время и навыки работодателям, а в обмен получить доходы, позволяющие прокормить себя и свои семьи. С другой, - этот рынок позволяет работодателям нанять работников для развития своего производства, что является непременным условием осуществления любой хозяйственной деятельности. Спрос на рынке труда является производным от спроса на товары и услуги, для изготовления которых работодателям нужно нанимать работников. Поэтому величина спроса на рынке труда вообще и на рынках отдельных профессий зависит от экономической ситуации в стране и степени насыщенности спроса на отдельные виды товаров. Предложение труда увеличивается под влиянием уровня заработной платы, а также престижности труда и морального удовлетворения, которое он приносит. К снижению предложения ведут тягость труда, его сложность и потребность людей иметь свободное время.

Литература

1. Важенин А.Г. Обществознание для профессий и специальностей технического, естественно-научного, гуманитарного профилей: учебник: Рекоменд. «ФИРО».-8-изд.,2015, 432 с.

2. Важенин А.Г. Обществознание для профессий и специальностей технического, естественно-научного, гуманитарного профилей: Практикум: учеб. пособие: Рек. «ФИРО». -6-е изд. 2014.-192 с.

3. Липсиц И.В. Экономика. Базовый курс: Учебник для 10,11 классов общеобразоват. учрежд. / И.В. Липсиц. – 15-е изд. - /М.: ВИТА-ПРЕСС, 2012.-272 с.

4. Обществознание: учебник для СПО /под ред. Б.И. Федорова.- М.: Юрайт, 2016.- 412 с.- (Серия: Профессиональное образование)

5. Обществознание: учебное пособие/ Т.Н. Редько и др. – М.: Проспект,2014.- 520с.

6. Сычев А.А. Обществознание: учебное пособие /А.А. Сычев. - 3-е изд., перераб.- М.:КНОРУС, 2016.- 384 с. –(СПО).

ТЕМА . Предприятие в экономике

Предприятие — коммерческая организация, основанная на **предпринимательской деятельности** и вырабатывающая товары или услуги.

Прежде чем начать выпуск какого-либо товара, любой производитель задаёт себе вопросы, которые называют **главными вопросами экономики**. Таких вопросов три.

1. Что производить?

Разумеется, в интересах производителя создавать такой товар, который востребован и будет хорошо продаваться.

Пример:

в настоящее время среди молодёжи популярны электросамокаты, поэтому есть вероятность того, что они будут покупаться и производитель получит прибыль.

2. Как производить?

Данный вопрос может решаться **количественным** или **качественным** методом.

Пример:

производитель может купить несколько швейных станков и для каждого из них нанять высококвалифицированных рабочих (качественный метод) либо нанять 100 неквалифицированных работников, которые используют ручной труд (количественный метод). Исходя из расходов и возможной прибыли, производитель сам решает, какой метод использовать.

3. Для кого производить?

Люди различаются по возрасту, полу, получаемому доходу, местности, в которой проживают, интересам. Поэтому даже товары одинакового назначения могут быть ориентированы на определённую категорию людей.

Пример:

мы решили открыть фирму по производству часов. Мы можем делать простые и дешёвые часы без дополнительных функций, которые будут востребованы обычными жителями небольшого города с невысокими доходами, либо многофункциональные часы из дорогих материалов для богатых людей. В первом случае делается акцент на снижении затрат на производство, массовость производства и доступные цены. Во втором случае — расчёт на немногочисленную партию товара с высокой стоимостью для узкого круга лиц.

Издержки производителя

Производитель в процессе создания продукта расходует денежные средства на сырьё, материалы, электроэнергию, зарплату рабочих, упаковку товара и так далее. Такие расходы называют **затратами**, или **издержками производства**. Выделяют **постоянные** и **переменные затраты** (издержки) .

Постоянные затраты — это затраты, которые при изменении количества выпускаемой продукции остаются прежними.

К ним относят плату за аренду помещения, выплату ежемесячного платежа по кредиту, коммунальные платежи, зарплату в форме оклада.

Переменные затраты — это затраты, которые изменяются (увеличиваются или уменьшаются) в зависимости от количества товара, выпускаемого производителем.

К ним относятся: расходы на сырьё, материалы, сдельная заработная плата рабочим, расходы на потреблённую электроэнергию, расходы на перевозку продукции.

Пример:

предприниматель арендует помещение, в котором производит мебель. Продажи идут хорошо, и владелец предприятия решает выпускать в два раза больше шкафов, чем раньше. В таком случае затраты на древесину, из которой изготавливаются шкафы, вырастут (переменная затрата), а вот на стоимость аренды помещения это никак не повлияет (постоянная затрата).

Сумма переменных и постоянных затрат составляет **общие** затраты.

Выручка и прибыль

Каждый человек, который занимается бизнесом, стремится получить прибыль.

Прибыль — это разница между выручкой и издержками производства.

Выручкой называется сумма, полученная от продажи товара. Чтобы бизнес был успешным, выручка в долгосрочной перспективе должна быть больше затрат производства, иначе такая деятельность может оказаться убыточной и привести к закрытию предприятия.

Прибыль можно найти с помощью формулы: $\text{прибыль} = \text{выручка} - \text{затраты на производство}$.

Пример:

фирма затратила на производство партии шкафов 300 тысяч рублей, продав их за 500 тысяч рублей. Таким образом, $500 - 300 = 200$ тысяч рублей чистого дохода.

Обрати внимание!

Стремление к максимальной прибыли является главной целью бизнесмена.

Кроме как на удовлетворение своих личных потребностей, полученные денежные средства могут быть направлены на закупку новейшего оборудования, повышение квалификации работников, увеличение зарплат и выплату премий рабочим, открытие новых цехов и увеличение объёмов производства. А это, в свою очередь, приводит к улучшению качества продукции, созданию новых рабочих мест, увеличению производительности труда. Поэтому стремление получить как можно большую прибыль может быть полезно не только самому предпринимателю, но и всему обществу.

Способы повышения эффективности производства

Чтобы быть конкурентоспособным на рынке, любому предприятию необходимо повышать эффективность производства. Рассмотрим некоторые способы:

внедрение новых технологий;

экономное расходование ресурсов;

повышение квалификации работников;

[разделение труда](#).

Выбор способов зависит от множества факторов: отрасль экономики, специфика деятельности, желаемый результат и т. д. Прежде чем улучшать производство, необходимо понимать, какую именно проблему следует решить.

Пример:

в сеть ресторанов «БыстроПицца» принимают сотрудников без опыта, но, прежде чем приступить к работе, каждый проходит обязательное обучение.

Разделение труда

Разделение труда является важнейшим явлением современной экономики.

Разделение труда — это такой способ производства, при котором работник выполняет определённый вид работ, специализируется на изготовлении определённой продукции или её части.

Разделение труда возникло ещё в первобытном обществе, однако тогда оно было обусловлено в основном **полом и возрастом человека**, а также **физическими различиями**. Постепенно процесс производства становился более сложным, изменился и характер разделения труда. Всё большее значение приобретают **квалификация работника, его умения и навыки**.

Пример:

в процессе производства автомобиля участвуют конструкторы, дизайнеры, сварщики, автомалёры, сборщики и другие лица.

Положительное влияние разделения труда состоит в том, что человек может сосредоточиться на отдельной операции и делать свою работу **более качественно и быстро**. В свою очередь, это ведёт к увеличению производительности труда и уменьшению затрат производства, что благоприятно сказывается на производителе и экономике в целом.

Признаки и функции предпринимательской деятельности

В современном российском обществе термин «предпринимательство» прочно вошёл в повседневную жизнь. Конституция РФ (ст. 34) провозглашает право каждого человека на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещённой законом экономической деятельности.

Предпринимательство в современном обществе отличается следующими признаками:

самостоятельность, инициативность, свобода в принятии решений;

обязательная регистрация;

нацеленность на получение прибыли;

опора на инновации.

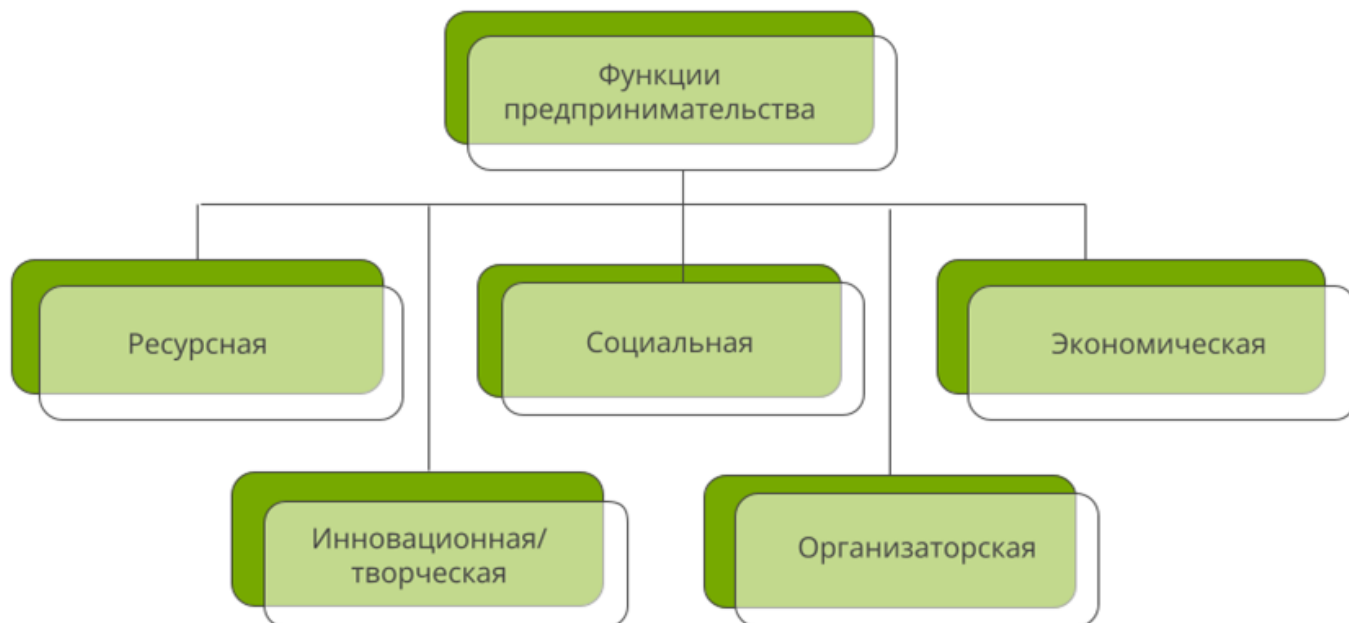


Рис. 1. Функции предпринимательской деятельности

Ресурсная — эффективное расходование воспроизводимых и ограниченных ресурсов.

Пример:

компания Н приобрела деревянные брусья, из которых были произведены кухонные гарнитуры высокого качества. Из опилок, оставшихся в результате процесса производства, была сделана прессованная мебель более низкого качества, которую компания продала по акционной цене.

Инновационная/творческая — разработка новых идей для достижения собственных целей, что провоцирует социальные изменения в обществе.

Пример:

американец Джо Джоун в 2002 году стал первым производить робот-пылесос, что ознаменовало прорыв в сфере электроники.

Социальная — формирование слоя людей, склонных к самостоятельным решениям, способных добиваться поставленных целей.

Пример:

Марат воспитывался в государстве с рыночной экономикой. Его отец был предпринимателем, и Марат, получив образование, последовал его примеру и открыл издательство.

Организаторская — сочетание [факторов производства](#).

Пример:

Игорь стал владельцем автомастерской, для которой закупил технику, запчасти, нанял работников, и теперь оказывает услуги по ремонту автомобилей.

Экономическая — создание материальных благ.

Пример:

фирма Apple производит гаджеты, которые позволяют потребителям более комфортно организовывать свой быт и коммуникацию с другими людьми.

2. Виды предпринимательской деятельности

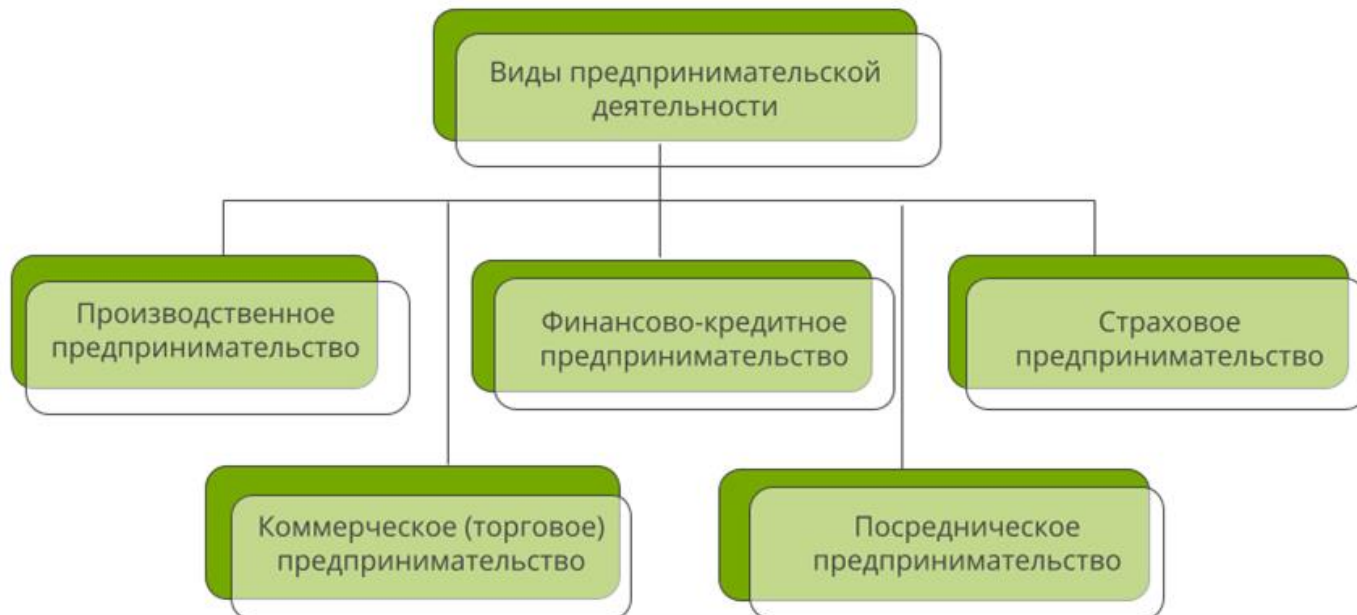


Рис. 1. Виды предпринимательской деятельности

Производственное предпринимательство — предприниматель осуществляет выпуск какой-либо необходимой потребителю продукции (сельскохозяйственной, косметологической, продуктов питания) или оказывает услуги (ремонтные работы, грузоперевозки, репетиторские услуги).

Пример:

пекарня «Восход» ежедневно производит несколько десятков видов тортов, пирожных и других хлебобулочных изделий.

Коммерческое (торговое) предпринимательство — предприниматель выступает в роли торговца, продавая потребителю готовую продукцию, которую он приобрёл у фирмы-производителя. Прибыль в данном случае приносит наценка на каждый товар, который реализует предприниматель.

Пример:

компания «Спортмастер» в своих магазинах продаёт спортивные вещи различных брендов.

Финансово-кредитное предпринимательство — предприниматель привлекает денежные средства граждан, предлагая им вознаграждение в виде процента по депозитам, а полученные денежные средства передаёт покупателю под определённый процент.

Пример:

ПАО «Сбербанк» предлагает гражданам РФ ипотеку под 8,9 %.

Посредническое предпринимательство — предприниматель не производит и не продаёт товар, а выступает посредником между производителем и потребителем.

Пример:

риелторская компания «Этажи» предлагает покупателю услугу поиска жилья и одновременно с тем осуществляет поиск покупателей для граждан, желающих продать недвижимость. За свою работу компания берёт комиссию в виде процента от стоимости недвижимости.

Страховое предпринимательство — предприниматель гарантирует страхователю возмещение причинённого в ходе страхового случая ущерба за определённую плату (страховой взнос); если же страховой случай не происходит, деньги остаются страховой компании.

Пример:

страховая компания «ОСАГО» предлагает гражданам застраховать свой автомобиль, и в случае ДТП собственнику будет оплачен ремонт транспортного средства.

Унитарные предприятия

Одной из нестандартных организационно-правовых форм является унитарное предприятие.

Унитарное предприятие — это коммерческая организация, собственником которой является государство или муниципалитет, вследствие чего она не может распоряжаться имуществом, которое за ней закреплено.

Подобные компании имеют особый статус, так как сами они не владеют имуществом, закреплённым за ними. В качестве руководителя организации выступает директор (генеральный директор), который является по сути лишь главой исполнительного органа. Порядок назначения и снятия его с должности прописывается в уставе предприятия. По своему желанию директор не может продать или сдать в аренду собственность компании, ведь всё имущество фирмы принадлежит непосредственному владельцу — Российской Федерации или же отдельному населённому пункту. Соответственно, оно не может быть распределено ни между руководящим составом фирмы, ни между её работниками. Но, как и любое другое юридическое лицо, предприятие с данной организационно-правовой формой может становиться участником гражданских правоотношений.

Пример:

МУП «КТТУ» (муниципальное унитарное предприятие «Краснодарское трамвайно-троллейбусное управление») приобрело в собственность 10 новых трамваев. При этом директор предприятия не имеет права продать или сдать в аренду транспорт, вышедший из строя, так как он принадлежит не ему, а городу Краснодару.

Малый бизнес

Малые предприятия могут регистрироваться в любой форме. Одной из них является **индивидуальное предпринимательство**. Данное понятие применяется сейчас довольно широко. В Гражданском кодексе РФ содержится информация о том, что гражданин может заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации.

Права индивидуального предпринимателя ничем не ограничены. Он может использовать в производстве наёмный труд, регистрировать товарный знак, осуществлять свою деятельность под фирменным наименованием. Статус индивидуального предпринимателя означает, что государство признаёт данного гражданина как субъекта экономической деятельности, предоставляет ему

благоприятные условия работы, но при этом требует ведения отчётности и уплаты налогов. В некоторых отраслях (преподавание, частная охранная деятельность) к индивидуальному предпринимателю могут быть предъявлены квалификационные требования.

Плюсы индивидуального предпринимательства:

самостоятельность в принятии решений;

упрощённый порядок регистрации;

не требуется устав и уставный капитал;

упрощённая система ведения бухгалтерии.

Минусы индивидуального предпринимательства:

имущественная ответственность по своим обязательствам;

низкий уровень доверия со стороны банков и инвесторов;

отсутствие возможности продать или переоформить бизнес.

С 2017 года у граждан, только начинающих заниматься предпринимательской деятельностью, появилась возможность оформить статус самозанятого.

Самозанятый — это гражданин, занимающийся предпринимательской деятельностью и выплачивающий государству налог на профессиональный доход (НПД).

Самозанятый гражданин платит налог в размере **4 %** при получении оплаты от физического лица и **6 %** — от юридического лица или индивидуального предпринимателя.

Самозанятым может стать гражданин, который:

имеет собственное дело;

не использует труд наёмных работников;

имеет профессиональный доход за год не более **2,4** миллиона рублей.

Пример:

Ирина работает репетитором и готовит учеников к ЕГЭ по английскому языку. В приложении «Мой налог» она прошла регистрацию в качестве самозанятой и теперь официально платит налог с каждого занятия.

Обрати внимание!

Заниматься предпринимательской деятельностью без официальной регистрации запрещено.

Цели предпринимательства

В процессе своей деятельности предприниматель ставит перед собой и реализует большое количество задач, среди которых можно выделить **следующие**:

получение прибыли от тех ресурсов, которые он вложил в предпринимательскую деятельность;

удовлетворение спроса потребителей в нише, выбранной предпринимателем;

расширение производства, захват новых рынков сбыта продукции;

создание благоприятных условий работы для сотрудников фирмы;

оказание помощи в развитии культуры потребления, обучение граждан рациональному экономическому поведению.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предпринимательская деятельность — занятие весьма разностороннее. Она включает в себя большое количество целей, реализуемых в совершенно разных направлениях.

Поддержка малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации

Государство заинтересовано в наличии большого количества производителей в различных отраслях. Это способствует развитию конкуренции, стимулирует производителей к совершенствованию своей деятельности, положительно влияет на качество продукции.

Однако государство предоставляет помощь только тем отраслям, которые являются для него приоритетными. Производство должно быть полезно для края или области, способствовать развитию инфраструктуры, решать проблемы рынка труда в регионе. Отрасли, занимающиеся производством вредной для человека продукции (табачная, алкогольная), не получают поддержку.

Меры поддержки малого и среднего бизнеса в Российской Федерации:

гранты на открытие бизнеса;

льготное кредитование;

субсидии из федерального, регионального, местного бюджетов;

льготы на аренду;

бесплатное обучение (курсы, тренинги, семинары по бизнес-планированию);

бесплатные консультации с экспертами из разных сфер.

Предприниматель может одновременно использовать разные меры поддержки. Для того чтобы узнать, какие из них доступны в определённом регионе, нужно позвонить на горячую линию и задать интересующий вопрос.

Менеджмент и маркетинг — основа успешного бизнеса

Для организации производства необходимо привлекать различные ресурсы, соединять их на основе определённых технологий и обеспечивать их взаимодействие. Как организовать производство, где найти необходимые ресурсы, будет ли произведённая продукция пользоваться спросом — на эти и многие другие вопросы отвечают маркетинг и менеджмент.

Менеджмент — это деятельность, главной задачей которой является организация и координация работы предприятия с целью повышения его эффективности.

Организация — определение структуры фирмы, выделение отделов, распределение функций между сотрудниками.

Планирование — определение целей фирмы и путей их достижения. Планы на долгий период строят высшие менеджеры, а планами на ближайшее время занимаются менеджеры всех уровней.

Руководство — создание системы мотивации работников, поддержание благоприятного климата в коллективе, что способствует более эффективному выполнению плана.

Контроль — оценка деятельности фирмы, проверка выполнения плана всеми работниками организации.

Маркетинг — это деятельность, связанная со сбытом продукции на основе последовательного изучения рынка и реальных запросов потребителей для того, чтобы получить прибыль.

Можно выделить несколько этапов реализации маркетинговой стратегии:

анализ рынка (выявление свободных ниш, зон, в которых фирма может занять выгодное для себя положение);

сегментирование рынка (выявление отдельных групп потребителей, запросы которых фирма может удовлетворить с помощью своего товара);

планирование деятельности (получение ответов на основные вопросы экономики: что производить, как, для кого и в каком объёме — и разработка соответствующей программы выхода на тот или иной сегмент рынка);

разработка и внедрение инструментов маркетинга (общение с клиентами, сбор информации о целевой аудитории);

анализ результатов, корректировка стратегии (оценка результатов, соотнесение их с поставленными задачами, выявление проблем и разработка программы по их решению).

1. Франчайзинг

В современной экономике важнейшую роль играет узнаваемость бренда. Не у всех производителей есть финансовая и техническая возможность повысить популярность своей фирмы до уровня крупных компаний, действующих в отдельной отрасли. Поэтому предпринимателям иногда проще начать работу под названием большой корпорации, чем развивать собственный бренд.

Франчайзинг — это форма предпринимательской деятельности, при которой предприниматель (франчайзи) выкупает у компании (франчайзера), имеющей раскрученный бренд и известную торговую марку, право на осуществление деятельности под её названием.

Пример:

Анна мечтала открыть школу английского языка. Но она не знала, как правильно организовать своё дело, так как не имела опыта в этой сфере. Она приняла решение купить франшизу London Express. Анна арендовала помещение, оборудовала его в соответствии с теми требованиями, которые прислали ей из головного офиса, и после проверки начала свою предпринимательскую деятельность.

Обязанности предпринимателя:

соблюдать стандарты, установленные компанией (франчайзером), — форма официантов, цвет стен, дизайн помещения, меню, цены;

сделать паушальный взнос (разовый платёж за получение права работать под брендом компании);

осуществлять регулярные платежи, установленные договором между сторонами.

Франчайзер в ответ должен не только разрешить пользоваться своим брендом, но и осуществлять сопровождение фирмы, делиться своими знаниями в области ведения бизнеса.

Преимущества франчайзинга для франчайзи:

экономия денег и средств на запуск бизнеса;

получение в своё распоряжение проверенной стратегии развития;

быстрый выход на рынок благодаря помощи опытного производителя;

получение возможности работать под торговой маркой, пользующейся лояльностью аудитории.

Недостатки франчайзинга для франчайзи:

необходимость совершать регулярные выплаты;

отсутствие самостоятельности в принятии решений;

зависимость от репутации бренда, под которым работает компания.

Этика предпринимателя

Участие в рыночных отношениях требует соблюдения не только правовых норм, но и этических. Официальные нормы устанавливаются государством и подкрепляются силой его принуждения. Нарушение данных норм может приводить к юридической ответственности, в том числе банкротству. Этические нормы больше связаны с моральными ценностями — совестью, честью, вежливостью.

Этика предпринимателя — это совокупность правил поведения граждан, занимающихся предпринимательской деятельностью и ставящих своей целью удовлетворение потребностей граждан.

Правовые обязательства фирмы, такие как выполнение контрактов, добросовестное оказание услуг, уплата налогов, не всегда являются достаточным барьером для предпринимателя. В некоторых случаях от безнравственного, противоправного поступка его может удержать только моральный выбор.

К основным ценностям предпринимательской этики в Российской Федерации можно отнести:

сохранение в секрете информации по сделке;

своевременное выполнение условий договора;

признание необходимости честной конкуренции;

уважение частной собственности;

постоянное совершенствование, использование новых технологий;

убеждённость в полезности своего труда для общества;

бережное отношение к окружающей среде, стремление минимизировать причиняемый ей вред.

Для каждого предпринимателя важно соблюдать основные этические нормы, так как это в значительной степени влияет на имидж компании и её конкурентоспособность.

Государственная политика импортозамещения в Российской Федерации

Одним из направлений протекционистской политики является процесс импортозамещения.

Импортозамещение — это замена импортных товаров отечественными.

Целями проведения такой политики могут быть развитие отечественного производства, снижение зависимости от стран-импортёров. Причиной могут быть **экономические санкции**, эмбарго, введённые по отношению к стране.

Пример:

с 2014 года вследствие политических событий Российская Федерация проводит активную политику импортозамещения из-за санкций.

В этом же году была принята государственная программа «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности», одним из направлений которой стало снижение доли импорта. В Правительстве РФ была создана Комиссия по импортозамещению.

Комиссия посчитала долю импортных товаров в различных отраслях и выбрала ряд последних: сельское хозяйство, машиностроение, информационные технологии, производство лекарств, текстильная промышленность. В них доля импорта оказалась особенно большой.

Меры поддержки отечественных производителей:

субсидии для предприятий промышленного сектора;

налоговые льготы и льготное кредитование для ИТ-компаний;

разработка российского программного обеспечения;

внедрение российской платёжной системы «МИР»;

запуск биржи импортозамещения, где российские производители могут предлагать свои товары и услуги заказчикам.

После ухода многих компаний с российского рынка в 2022 году были открыты их отечественные аналоги.

Организационно-правовые формы предприятия

3.1. Предпринимательство – составная часть рыночной экономики. Виды предпринимательства: производственное, коммерческое, финансовое.

Предпринимательство (бизнес) – инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг. Предпринимательство преследует также цель повышения имиджа, статуса предпринимателя (бизнесмена).

Субъектами предпринимательства могут быть:

граждане Российской Федерации и других государств, не ограниченные в установленном законом порядке в своей деятельности;

граждане иностранных государств и лица без гражданства в пределах полномочий, установленных законом;

объединения граждан (партнеры).

Статус предпринимателя как юридического лица приобретается только посредством государственной регистрации предприятия. В тех случаях, когда предпринимательская деятельность ведется без применения наемного труда, она регистрируется как индивидуальная трудовая деятельность, а с привлечением наемного труда – как предприятие. (Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, производящий продукцию, товары, услуги, выполняющий работы, занимающийся различными видами экономической деятельности).

Предпринимательская деятельность не связана с какой-то одной формой собственности и осуществляется:

самим собственником средств производства на свой риск и под свою имущественную ответственность;

руководителем предприятия от имени собственника и т.д.

Пределы распоряжения такой собственностью регулируются контрактом (договором), определяющим взаимные обязательства сторон.

В зависимости от содержания деятельности различают следующие виды предпринимательства:

Производственное – к нему относится деятельность, направленная на производство продукции, проведение работ и услуг, сбор, обработку и представление информации, создание духовных ценностей и т.п., подлежащей последующей реализации потребителям. Функция производства в этом виде предпринимательства является основной. Исходный элемент формирования производственного предпринимательства – выбор основной области деятельности, что предполагает проведение предварительного маркетинга, т.е. изучения того, насколько предлагаемый товар или услуга необходимы потребителю, стабилен ли спрос на них, его величина и тенденции развития в будущем, каковы возможная продажная цена товара, издержки его производства и реализации, предполагаемые объемы продаж. Результат производственно-предпринимательской деятельности – производство продукта, который должен быть реализован. Производственная деятельность обеспечивает 10 – 12% рентабельности предприятия.

Коммерческое предпринимательство – его суть составляют товарно-денежные отношения, торгово-обменные операции, т.е. перепродажа товаров и услуг. В отличие от производственно-предпринимательской деятельности здесь нет необходимости обеспечения производственными ресурсами выпуска продукции. Первой стадией производства является выбор – что покупать, что перепродавать и где. В решении этих вопросов прежде всего следует исходить из положения, что цена реализации товара должна быть значительно выше закупочной цены; спрос на предлагаемый товар должен быть достаточным. В настоящее время является преимущественным видом предпринимательства. Коммерческая сделка считается целесообразной, если чистая прибыль составляет не менее 20 – 30% затрат.

Финансовое предпринимательство является разновидностью коммерческого предпринимательства, поскольку здесь объектом купли-продажи выступает специфический товар: деньги, валюта, ценные бумаги (акции, облигации, векселя и т.д.), т.е. происходит продажа одних денег в прямой или косвенной форме. Предприниматель, вступающий в этот вид бизнеса, начинает свою деятельность с анализа рынка ценных бумаг и маркетинговой деятельности (поиск и привлечение потенциальных

покупателей денег, валюты и ценных бумаг). Финансовая сделка считается целесообразной, если чистая прибыль составляет не менее 5% при продолжительности сделки менее года и 10–15% – для долговременных сделок.

Посредническое предпринимательство – проявляется в деятельности, соединяющей заинтересованные во взаимной сделке стороны. За оказание подобных услуг предприниматель получает доход.

Страховое предпринимательство – это особая форма финансового предпринимательства, заключающаяся в том, что предприниматель получает страховой взнос, который возвращается только при наступлении страхового случая. Оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

3.2. Организация (предприятие) как хозяйствующий субъект в рыночной экономике.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, производящий продукцию, товары, услуги, выполняющий работы, занимающийся различными видами экономической деятельности.

Отличительные признаки предприятия:

производственно-техническое единство – заключается в том, что все силы и средства предприятия объединены общим производственным процессом;

организационное единство – предприятие имеет единый коллектив, единое руководство, устав, общее обслуживание коллектива, общее имущество (средства);

экономическое единство – единство управления, планирования и учета результатов деятельности и отражение их в едином балансе предприятия; единство формирования и распределения доходов предприятия;

административно-хозяйственная самостоятельность – предприятие имеет права и обязанности юридического лица и может самостоятельно вступать в хозяйственные отношения с другими предприятиями, заключать с ними договоры на поставку, сбыт продукции; предприятие отвечает полностью за свою хозяйственную деятельность, за соблюдение законов государства и прав граждан.

Цель деятельности предприятия – удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли. В дореформенной России основной целью предприятия называлось удовлетворение общественных потребностей. В условиях рыночной экономики это не единственная цель.

Основная цель предпринимательства – получение прибыли, но не любой ценой. Цивилизованные рыночные отношения требуют разумного сочетания обеих целей.

3.3. Организационно-правовые формы хозяйствования: хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Основные характеристики и принципы функционирования

Наличие различных организационно-правовых форм служит важнейшим условием для эффективного функционирования рыночной экономики. Рассмотрим основные организационные формы хозяйствования, закрепленные в Гражданском кодексе РФ для коммерческих организаций:

хозяйственные товарищества (полные товарищества, товарищества на вере, или коммандитные товарищества);

хозяйственные общества (общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, акционерные общества открытого и закрытого типа);

унитарные предприятия (государственные и муниципальные);

производственные кооперативы.

Полным товариществом признается объединение двух и более предпринимателей (участников). Создаваемое ими предприятие (путем объединения капитала и заключения договора) предусматривает осуществление совместной предпринимательской деятельности и полную (неограниченную) имущественную ответственность участников по обязательствам товарищества.

Товариществом на вере (коммандитным) признается объединение, в котором один или несколько его действительных членов несут полную (неограниченную) ответственность по обязательствам товарищества всем принадлежащим им имуществом, а остальные члены-вкладчики несут ответственность, связанную с деятельностью товарищества, в пределах принадлежащей им доли капитала товарищества.

Общество с ограниченной ответственностью – это организация, созданная по соглашению юридическими лицами и гражданами путем объединения их вкладов в целях осуществления хозяйственной деятельности и получения дохода.

Акционерное общество представляет собой объединение, средства которого образуются за счет сложения капитала участников, выпуска и размещения акций.

Унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество.

Производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной и иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов.

4. Акционерные общества: сущность и особенности функционирования

Нормативное регулирование: Федеральный закон «Об акционерных обществах» (№ 208_ФЗ, от 26.12.1995 (в ред. № 58-ФЗ от 29.04.2008)).

Признак	ЗАО	ОАО
<i>Организационно-правовая форма организации</i>	Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом (ЗАО). Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц. Акционеры закрытого акционерного общества имеют преимущественное право приобретения акций, продаваемых другими акционерами этого	Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом. Такое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом и иными правовыми актами. ОАО обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, отчет о прибыли и убытках.

	общества.	
<i>Учредители (участники)</i>	Общество может быть создано одним лицом. Участниками общества могут быть граждане и юридические лица.	
	<p>Закрытое акционерное общество может быть создано одним лицом или состоять из одного лица в случае приобретения одним акционером всех акций общества. Сведения об этом должны содержаться в уставе общества, быть зарегистрированы и опубликованы для всеобщего сведения.</p> <p>Акционерное общество не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.</p> <p>Число участников ЗАО не должно превышать установленного законом предела (50 человек). В противном случае оно подлежит преобразованию в ОАО в течение года, а по истечении этого срока - ликвидации в судебном порядке, если число его участников не уменьшится до установленного законом предела.</p>	<p>ОАО может быть создано одним лицом или состоять из одного лица в случае приобретения одним акционером всех акций общества. Сведения об этом должны содержаться в уставе общества, быть зарегистрированы и опубликованы для всеобщего сведения. ОАО не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.</p>
<i>Учредительные документы</i>	Учредительным документом является устав, утвержденный учредителями.	Учредительным документом ООО является его устав, утвержденный учредителями.
<i>Уставный капитал</i>	Уставный капитал ЗАО составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Уставный капитал общества определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Он не может быть менее размера, предусмотренного законом об акционерных обществах.	Уставный капитал ОАО составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Уставный капитал общества определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Он не может быть менее размера, предусмотренного законом об акционерных обществах.
<i>Управление организацией</i>	Высшим органом управления ЗАО является общее собрание акционеров. В обществе с числом акционеров более пятидесяти создается совет директоров (наблюдательный совет).	Высшим органом управления ОАО является общее собрание акционеров. В обществе с числом акционеров более пятидесяти создается совет директоров (наблюдательный совет).

3.5. Ассоциативные (кооперативные) формы предпринимательства и некоммерческие организации: холдинги, финансово-промышленные группы, консорциумы, синдикаты, некоммерческие организации

Холдинг, холдинг-компания – корпорация, компания, управляющая деятельностью или контролирующая деятельность других предприятий, компаний. В зарубежной практике холдинговая компания занимает ведущее положение благодаря обладанию пакетом акций контролируемых ею предприятий, фирм. При этом сама холдинговая компания может не владеть собственным производственным потенциалом и не заниматься производственной деятельностью (чистый холдинг).

Финансово-промышленная группа (ФПК) – зарегистрированная на федеральном уровне группа юридически независимых предприятий, финансовых и инвестиционных институтов, объединение материальных ресурсов и капитала которых проведено на условиях «Положения о ФПГ и порядке их создания». К началу 2000-х гг. в РФ действовали около 50 зарегистрированных ФПГ. Головной организацией в ФПГ может быть как производственная структура, так и банк, финансовая компания.

Консорциум (лат. consortium – участие) – временное объединение компаний, банков на основе общего соглашения для осуществления капиталоемкого проекта или для совместного размещения займа. Консорциум несет солидарную ответственность перед своими заказчиками. В консорциум могут входить предприятия, организации разных форм собственности. Участники консорциума сохраняют полную хозяйственную самостоятельность и могут входить в состав других организаций. Финансовые и материальные фонды консорциуму создаются как за счет его участников, так и посредством привлечения кредитов и бюджетных средств.

Синдикат (от лат. syndicatus, syndicus – поверенный, представитель) – 1) объединение предприятий, выпускающих однородную продукцию, созданное в интересах организации коллективного сбыта такой продукции через единую торговую сеть.

Некоммерческая организация, бесприбыльная – организация, не ставящая в качестве основной цели своей деятельности получение, извлечение прибыли. К таковым относятся общественные, религиозные, благотворительные организации, фонды содействия и помощи науке, культуре, образованию, здравоохранению, спорту, ассоциации и союзы, учреждения. Некоммерческие организации обладают правом заниматься предпринимательской деятельностью в пределах, необходимых для выполнения их уставных целей.

ТЕСТ: ПРЕДПРИЯТИЕ В ЭКОНОМИКЕ.

1. Какая экономическая категория характеризуется следующим определением: «Самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли»:

- | | |
|----------------------|-----------------|
| а) сектор экономики; | г) объединение; |
| б) предприятие; | д) концерн |
| в) цех; | |

2. Организационно-правовые формы предприятий, относящиеся к коммерческим:

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| а) потребительские кооперативы; | д) производственные кооперативы; |
| б) товарищества; | е) фонды; |
| в) общества; | ж) благотворительные организации; |
| г) общественные организации; | з) религиозные организации |

3. Уставный капитал ООО складывается из:

- а) номинальной стоимости акций общества;
- б) собственных сбережений директора ООО;
- в) стоимости вкладов его участников

4. Участники какой формы товарищества несут ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом:

- а) полного товарищества;
- б) товарищества на вере;
- в) товарищества собственников жилья

5. Государственным или муниципальным унитарным предприятием признается:

- а) коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество;
- б) некоммерческая организация, представляющая добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства, осуществляемое путем объединения его членами имущественных взносов;
- в) коммерческая организация, наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество

6. Доход, который может получать акционер за счет части чистой прибыли текущего года акционерного общества, распределяемой между держателями акций в процентах или абсолютной сумме - это:

- а) депозит;
- б) купон;
- в) дивиденд;
- г) премия

7. Вкладчик товарищества на вере не имеет права:

- а) знакомиться с годовым отчетом и балансом товарищества;
- б) участвовать в управлении и ведении дел товарищества;
- в) выйти из товарищества;
- г) оспаривать действия полных товарищей по управлению и ведению дел товарищества

8. Назовите преимущества акционерного общества:

- а) способны привлекать дополнительные инвестиции путем выпуска дополнительных акций;
- б) акционеры не несут никакой ответственности по обязательствам АО;
- в) акционеры несут ответственность по обязательствам АО стоимостью своих акций;
- г) увеличивают предпринимательские риски;
- д) снижают предпринимательские риски.

9. Какие права имеет собственник в отношении принадлежащего ему имущества:

- а) право владения;
- б) право владения и пользования;
- в) право владения, пользования и распоряжения

10. Предприятие как юридическое лицо обладает следующими признаками:

- а) наличие обособленного имущества;
- б) имеет самостоятельный баланс или смету;
- в) не имеет права быть истцом в суде;
- г) самостоятельно выступает в хозяйственном обороте от своего имени

11. Цели деятельности коммерческой организации:

- а) прибыль;
- б) психологическая устойчивость в коллективе;
- в) рыночная доля;
- г) создание благоприятного морального климата

12. Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для :

- а) производства продукции, выполнения работ и оказания услуг;
- б) удовлетворения общественных потребностей;
- в) получения прибыли;
- г) производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и (или) получения прибыли

13. Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме:

- а) акционерного общества;
- б) полного товарищества;
- в) общества с ограниченной ответственностью;
- г) товарищества на вере

14. Выберите варианты организационно – правовых форм предприятий:

- а) малое предприятие;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) среднее предприятие;
- г) унитарное предприятие;
- д) крупное предприятие

15. Управления акционерным обществом осуществляет:

- а) наблюдательный совет;
- б) общее собрание акционеров;
- в) совет директоров;
- г) учредители компании

16. Акционер в открытом обществе несет:

- а) ответственность в пределах своего вклада в уставный капитал;
- б) полную субсидиарную ответственность всем принадлежащим им имуществом;
- в) ответственность кратно вкладу в уставный капитал;
- г) не несет ответственность по обязательствам общества

17. Установить соответствие между организационно – правовыми формами предприятий и их характеристиками:

1	Унитарное предприятие	А	это общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей.
2	ООО	Б	общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.
3	Акционерное общество	В	это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов.
4	Производственный кооператив	Г	коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия.

18. К мелким предприятиям относятся предприятия:

- а) с численностью занятых до 50 чел.;
- б) с объемом продаж до 500 тыс. руб.;
- в) с чистой прибылью до 250 тыс. руб.

19. Какой документ является основным для создания предприятия:

- а) устав предприятия;
- б) договор на поставку продукции;
- в) учредительный договор;

г) справка о наличии уставного фонда.

20. Из каких источников образуется первоначальный капитал:

а) прибыль предприятия;

б) взносы учредителей;

в) ассигнования из бюджета;

г) средства от продажи ценных бумаг.