

**Финансовая грамотность для обучающихся
общеобразовательных организаций
Волгоградской области**

**Модуль 3
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И
ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

**Волгоград
ГБПОУ «ВЭТК»
2015**

ББК 74.266.5

Ф59

Подготовлено в рамках реализации контракта «Разработка, апробация и реализация образовательного курса по финансовой грамотности для учреждений системы дополнительного школьного образования Волгоградской области» № FEFLP-V/CQS-9 между Некоммерческим фондом реструктуризации предприятий и развития финансовых институтов и государственным бюджетным образовательным учреждением среднего профессионального образования «Волгоградский экономико-технический колледж» (Россия).

Руководитель: С.А. Абрамов, к. э. н.,
директор ГБПОУ «ВЭТК»

Региональная модульная дополнительная образовательная программа по финансовой грамотности для обучающихся общеобразовательных организаций Волгоградской области – целостная система в рамках курса «Модульная дополнительная образовательная программа по финансовой грамотности». Курс состоит из трех модулей и дидактических материалов. Для каждого модуля создан учебно-методический комплект, включающий учебную программу, рабочую тетрадь для обучающихся, методические рекомендации для преподавателей.

Рецензенты:

Попкова Елена Геннадьевна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Мировая экономика и экономическая теория»
Волгоградского государственного технического университета

Авторы:

С.А. Абрамов, к. э. н.
И.А. Гусева, к. э. н.
О.Ю. Орлова
С.А. Костина
Е.П. Бойченко

Художник:

П.Р. Клинова

Ф59 Финансовая грамотность для обучающихся общеобразовательных организаций Волгоградской области: метод. рекомендации для преподавателей. Модуль 3: Предпринимательство и основы финансовой безопасности / С.А. Абрамов, И.А. Гусева, О.Ю. Орлова [и др.]. – Волгоград: ВЭТК, 2015. – 116 с.
ISBN 978-5-94787-051-0

В методические рекомендации для преподавателей включены разработки занятий образовательного курса по финансовой грамотности для обучающихся среднего школьного возраста учреждений системы дополнительного школьного образования Волгоградской области. В содержании курса нашли отражение следующие вопросы: что такое предпринимательство и предпринимательская деятельность, как создать собственный бизнес; что такое риски и как ими управлять; зачем нужна страховка; как составить бизнес-план. Приоритетным направлением является практическое применение обучающимися полученных знаний.

ISBN 978-5-94787-051-0

© ГБПОУ «ВЭТК», 2015

Оглавление

Занятие 1. Введение (1 час).....	4
Занятие 2–3. Предпринимательство и.....	10
предпринимательская деятельность (2 часа).....	10
Занятие 4–5. Формы предпринимательства (2 часа)	16
Занятие 6–7. Создание бизнеса (2 часа).....	24
Занятие 8–9. Налоги и налогообложение (2 часа)	34
Занятие 10–11. Риски (2 часа).....	44
Занятие 12–15. Деловая игра «Бизнес-план» (4 часа).....	52
Занятие 16–17. История и сущность страхования (2 часа)	63
Занятие 18–19. Виды страхования (2 часа).....	68
Занятие 20–21. Деловая игра «Страховой агент» (2 часа)	73
Занятие 22–23. Государственное пенсионное страхование (2 часа)	74
Занятие 24–25. Деловая игра «Сытый хлеба не ищет» (2 часа)	80
Занятие 26–27. Реклама и бизнес (2 часа).....	82
Занятие 28–29. Деловая игра «Рекламное объявление» (2 часа).....	89
Занятие 30–31. Защита прав потребителей (2 часа).....	94
Занятие 32. Итоговое занятие. Выходное тестирование (1 час).....	106
Приложения.....	113

Занятие 1. Введение (1 час)

Цели занятия:

- **образовательные** – создание необходимой мотивации для повышения финансовой грамотности обучающихся;
- **развивающие** – воспитание правильного отношения к предпринимательской деятельности, способам финансовой безопасности от рисков с помощью различных финансовых инструментов;
- **воспитательные** – пробуждение у обучающихся желания быть предприимчивыми и конкурентоспособными на рынке труда.

Методические приемы: вопросно-ответная беседа, тестирование.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся.

Кто воздвигнет тебя к небесам?

Только сам.

Кто низвергнет тебя с высоты?

Только ты.

Где куются ключи к твоей горькой судьбе?

Лишь в тебе.

Чем расплатишься ты за проигранный бой?

Лишь собой¹.

Преподаватель: Изучение данного модуля мы не случайно начали с этих строк, потому что важно, чтобы вы понимали: в вашей будущей жизни далеко не все будет зависеть от помощи ваших родителей, родственников и т. д. Вы должны помнить, что многое зависит только от вас самих, от того, насколько вы уверены в себе, в своих знаниях и способностях.

Сегодня, когда появились реальные возможности зарабатывать большие деньги, многие россияне решили, что могут стать бизнесменами и предпринимателями. Профессия предпринимателя до сих пор очень актуальна, она многих притягивает, поэтому молодые люди мечтают получить образование по предпринимательской деятельности. На самом деле предпринимательство – очень сложная сфера деятельности, и не всем удастся добиться в ней успеха.

Распространенным среди исследователей предпринимательства является мнение, что предпринимательству практически невозможно научить. Люди, начиная какое-либо дело, обнаруживают, что знания, полученные в процессе обычной учебы, оказываются бесполезными, связь между деловыми качествами предпринимателя и его образованием отсутствует.

Ребята, а вы согласны с этим?

Обучающиеся рассуждают.

Преподаватель: Очень важная черта предпринимателя – вера в свой успех, а также ответственность за принятие решений и их реализацию. Идея, соединенная с верой, придает

¹Как подготовить эффективный эпиграф урока [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.URL: http://www.didaktor.ru/kak-podgotovit-effektivnyj-epigraf-uroka/#more-2127](http://www.didaktor.ru/kak-podgotovit-effektivnyj-epigraf-uroka/#more-2127)

предпринимательству страстность, увлеченность, появляется впечатление легкости предпринимательского труда.

Однако чтобы создать что-либо новое, даже в виде идеи, необходимо мыслить определенным образом. Далеко не каждому дано на основе своих знаний сконструировать принципиально новую идею, а затем с помощью способностей разрушить стереотипы общественного мышления и воплотить свою идею в жизнь.

Начать сегодня собственное дело легко, но добиться успеха – непростая задача. Как стать успешным предпринимателем? На этот вопрос вы найдете ответ после изучения данного курса.

Курс «Предпринимательство и основы финансовой безопасности» поможет разобраться в вопросах создания собственного бизнеса, использования финансовых инструментов, позволяющих обеспечить защиту и сохранение финансовых активов и желаемого образа жизни. На занятиях познакомимся с различными видами страхования. Страховые фирмы обеспечивают защиту общества путем оказания денежной помощи, предлагая населению такие услуги, как страхование имущества, автомобиля, жизни, финансов (прибыли), издержек производства и т. д. Например, страхование жизни дает гражданину защиту и определенную уверенность при возникновении жизненных проблем, связанных со здоровьем, а также является эффективным способом решения финансовых проблем.

Жизнь в условиях рынка дает человеку две возможности реализовать себя, занять достойное место в обществе и стать обеспеченным. Первая – идти по пути предпринимательства, т. е. открыть собственное дело. Вторая – стать высококвалифицированным наемным работником, продавая свои знания и умения. Что вы выберете для себя, зависит во многом от вас. Ваш ли это путь – путь предпринимательства? По плечу ли он вам? Дело в том, что предприниматель – это тот, кто организует весь процесс, приносящий в итоге прибыль. Предприниматель очень много должен знать и уметь в области экономики, психологии и права. Работа предпринимателя поглощает много времени. Несмотря на тернистый путь, дело может привести вас к успеху, но может и к полному краху. Надеюсь, что вас эти трудности не пугают!

Путешествие по стране финансовой грамотности продолжается в компании наших героев – Ярослава и Татьяны. В ходе путешествия мы с вами будем заполнять карту личных достижений. Каждое задание имеет собственную «цену». За выполнение заданий, подготовленных героями, вы будете получать баллы, кроме того вы сможете заработать бонусы за активное участие. Бонусы представлены в виде смайликов разных цветов. Желтые – 1 балл, зеленые – 2 балла, оранжевые – 3 балла, голубые – 4 балла. (Бонусы даются на усмотрение преподавателя, но не более 5 баллов одному обучающемуся.)

Все заработанные баллы вы будете заносить в карту личных достижений. В конце нашего путешествия мы подведем итоги и выявим лидеров, а также самых активных участников.

Желаем вам успешно пройти данный обучающий курс и стать финансово грамотным человеком.

**Карта личных достижений в стране финансовой грамотности
(Модуль 3)**

№ п/п	Занятие, тема	Кол-во баллов		
		Задания	Бонус	Итого
1	Занятие 1. Введение. Входное тестирование			
2	Занятие 2–3. Предпринимательство и предпринимательская деятельность			
3	Занятие 4–5. Формы предпринимательства			
4	Занятие 6–7. Создание бизнеса			
5	Занятие 8–9. Налоги и налогообложение			
6	Занятие 10–11. Риски			
7	Занятие 12–15. Деловая игра «Бизнес-план»			
8	Занятие 16–17. История и сущность страхования			
9	Занятие 18–19. Виды страхования			
10	Занятие 20–21. Деловая игра «Страховой агент»			
11	Занятие 22–23. Государственное пенсионное страхование			
12	Занятие 24–25. Деловая игра «Сытый хлеба не ищет»			
13	Занятие 26–27. Реклама и бизнес			
14	Занятие 28–29. Деловая игра «Рекламное объявление»			
15	Занятие 30–31. Защита прав потребителя			
16	Занятие 32. Итоговое занятие. Выходное тестирование			
ИТОГО:				

Входное тестирование

1. Двоюродный брат Ярослава, Сергей, мечтает открыть свое дело по ремонту автотранспорта. Ему 16 лет, и он еще учится в школе. С какого возраста Сергей может открыть свою фирму и быть индивидуальным предпринимателем? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Возраст	Да или Нет?
С 21 года	Да / Нет
С 16 лет	Да / Нет
С 14 лет	Да / Нет
С 18 лет	Да / Нет
В любом возрасте	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Шесть верных ответов: Нет, Нет, Нет, Да, Нет в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

2. Многие из вас хотят начать свой бизнес, но для этого необходимы определенные условия. Выберите из списка необходимые условия, которые должны соблюдаться при открытии собственного бизнеса. Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Условие	Да или Нет?
Согласие родителей	Да / Нет
Наличие покупателей	Да / Нет
Совершеннолетие	Да / Нет
Наличие начального капитала	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Четыре верных ответа: Нет, Нет, Да, Да в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

3. Ольга Петровна, бабушка Татьяны, купила кресло-качалку, но при доставке была порвана обивка. Ольга Петровна решила вернуть кресло-качалку в магазин. В магазине ей были предложены следующие варианты решения данной проблемы:

- обмен на такой же товар;
- возврат полной суммы;
- обмен на любой другой товар с возможной доплатой.

Объясните, все ли эти варианты допустимы?

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ принимается не полностью – 0,5 балла	Ответ не принимается – 0 баллов
Если в рассуждениях присутствует указание на то, что все варианты допустимы, но только в том случае, если Ольга Петровна будет согласна на все эти условия.	Если в рассуждениях присутствует указание на то, что 2 из 3 вариантов допустимы, но только в том случае, если Ольга Петровна будет согласна на все эти условия.	- другие ответы - ответ отсутствует

4. Татьяна по дороге в школу купила печенье, на этикетке было написано: «Акционерное общество открытого типа „Большевик“», ГОСТ 24901–89, масса нетто 200 г, калорийность 425 ккал, ниже указана дата изготовления; в 100 г продукта: белка 7,5 г, жира 12,1 г, углеводов 71,2 г.

А какая вообще информация должна быть на упаковке? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Информация	Да или Нет?
Адрес изготовителя	Да / Нет
Перечень пищевых добавок	Да / Нет
Срок годности	Да / Нет
Название оборудования, на котором изготовлено печенье	Да / Нет
Возраст потребителя	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Пять верных ответов: Да, Да, Да, Нет, Нет в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

5. Татьяна купила в магазине творожный сырок. Когда она дома развернула его, то увидела, что сырок некачественный: он покрыт плесенью. По дате на упаковке она определила, что срок годности давно истек. Может ли Татьяна вернуть в магазин купленный сырок? Поясните свой ответ.

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Если в рассуждениях присутствует указание на то, что Татьяна может вернуть в магазин купленный сырок, так как в соответствии с Законом о защите прав потребителя, продажа товаров по истечении установленного срока годности запрещена.	- другие ответы - ответ отсутствует

6. При покупке сыра мама Ярослава попросила продавца показать сертификат качества, но продавец в грубой форме отказал ей. После обращения к администратору магазина вопрос так и не был разрешен. Куда стоит обратиться за помощью? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Организации	Да или Нет?
В полицию	Да / Нет
В налоговую инспекцию	Да / Нет
В судебные органы	Да / Нет
В Роспотребнадзор	Да / Нет
В комитет по защите прав потребителя	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Пять верных ответов: Нет, Нет, Нет, Нет, Да в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

7. У соседки Ярослава по квартире сверху прорвало трубу. На момент аварии ее не было дома. Вода затопила квартиру Ярослава, которая была застрахована на 2 млн руб. Имеют ли они право на страховую выплату и в каком размере?

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ принимается не полностью – 0,5 балла	Ответ не принимается – 0 баллов
Если в рассуждениях присутствует указание на то, что имеют право на страховую выплату, но только в том случае, если данная ситуация была прописана в договоре страхования как страховой случай. Размер определяется страховой компанией в процентном отношении от нанесенного ущерба.	Если в рассуждениях присутствует указание на то, что имеют право на страховую выплату, но только в том случае, если данная ситуация была прописана в договоре страхования как страховой случай. Но отсутствует ответ по поводу размера страховой выплаты	- другие ответы - ответ отсутствует

8. Дедушка Татьяны в следующем месяце отмечает юбилей и выходит на пенсию по возрасту. Каков возраст бабушки Татьяны? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Возраст	Да или Нет?
50 лет	Да / Нет
55 лет	Да / Нет
60 лет	Да / Нет
65 лет	Да / Нет
70 лет	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Пять верных ответов: Нет, Нет, Да, Нет, Нет в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

9. Соседи Татьяны застраховали свою квартиру на случай пожара на 1 млн руб. В результате замыкания электропроводки возник пожар. Ущерб при пожаре составил 1,5 млн руб. Какую сумму страхового возмещения выплатит страховая компания?

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Если в рассуждениях присутствует указание на то, что сумма страхового возмещения составит 1 млн руб., так как ущерб превышает страховую сумму, то страховое возмещение равно размеру страховой суммы.	- другие ответы - ответ отсутствует

10. Многие жалуются, что в эфире немало времени отводится рекламе. Ее производители не учитывают, что идет интересный фильм или транслируется любимая спортивная передача. Законодатель определил максимальное количество эфирного времени для рекламной паузы. Определите, какое количество времени может длиться рекламная пауза? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Время	Да или Нет?
1 минута	Да / Нет
10 минут	Да / Нет
4 минуты	Да / Нет
7 минут	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Четыре верных ответа: Да, Нет, Нет, Нет в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

Окончив тестирование, желательно провести собеседование по его результатам.

Занятие 2–3. Предпринимательство и предпринимательская деятельность (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с понятиями «предприниматель», «предпринимательство», «бизнес», историей возникновения предпринимательства, видами предпринимательской деятельности;
- **развивающие** – формирование представлений о предпринимательской деятельности и ее роли в экономике;

• **воспитательные** – формирование объективного отношения к предпринимательству.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Основные понятия: предпринимательство, предпринимательская деятельность, бизнес, виды предпринимательства.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: Каждый день, выходя из дома, мы видим павильоны, магазины, небольшие кафе, парикмахерские, автомойки, автостоянки. Бизнес и предпринимательство окружают нас повсюду, являясь частью нашей жизни. Мы сталкиваемся с услугами и предложениями со стороны различных людей, которых объединяет одно: они – предприниматели. Вам знакомы такие люди? Чем занимается предприниматель? Кто может стать предпринимателем?

Обучающиеся отвечают на вопросы, рассуждают.

Преподаватель: Запишите в тетрадях слова-ассоциации к понятиям «предпринимательство», «предприниматель».

Обучающиеся выполняют задание 1 в рабочей тетради.

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: Давайте попробуем найти общие характеристики к понятиям «предпринимательство» и «предпринимательская деятельность».

Обучающиеся выделяют такие характеристики, как:

1. процесс создания нового, обладающего ценностью;
2. процесс возложения на себя финансовой и моральной ответственности;
3. процесс, приносящий денежный доход и личное удовлетворение.

Преподаватель обобщает ответы обучающихся и дает верное определение понятию «предпринимательство».

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО – это инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица.

Преподаватель: Теперь найдите в глоссарии определение понятия «бизнес».

Обучающиеся находят понятие в глоссарии.

БИЗНЕС – предпринимательская деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Преподаватель: Как вы считаете, равноценны ли эти понятия или различны?

Обучающиеся рассуждают.

Преподаватель предлагает обучающимся следующую ситуацию (задание 2):

У Татьяны есть дядя, хорошо зарекомендовавший себя врач-стоматолог, который решает начать свое дело. Существует два варианта развития событий. Первый: дядя снимает помещение, покупает оборудование, нанимает администратора и медсестру и начинает лечить зубы (профессионально, конечно). Второй вариант: дядя в дополнение ко всему этому нанимает квалифицированный персонал, т. е. врачей, каждого обеспечивает

соответствующей техникой (он же профессионал и знает, какое именно оборудование необходимо покупать и каких людей нанимать). Естественно, второй вариант более затратный с точки зрения стартового капитала.

Преподаватель предлагает обучающимся вопросы:

а. В чем главное отличие первого способа от второго?

б. В каком из представленных вариантов врач-стоматолог является организатором чужого труда?

в. В каком из представленных вариантов у врача-стоматолога производительность труда будет выше?

Обучающиеся отвечают на вопросы.

Преподаватель обобщает ответы обучающихся и делает вывод:

В первом варианте дядя Татьяны, несмотря на то, что он «больше не работает на хозяина», все-таки остается узким специалистом (пусть даже хорошим), который работает на себя, хоть и в своей частной клинике. Он будет непосредственно участвовать в производственном процессе. Это и есть предприниматель.

Во втором же варианте дядя Татьяны выступает как управленец, как бизнесмен, который создает систему, впоследствии работающую на него самого, а не наоборот. Этот вариант более трудоемкий, требует больших капиталовложений, сил и времени.

В случае бизнеса дядя Татьяны является организатором чужого труда, он создает систему, которая приносит доход, и при грамотном управлении и делегировании полномочий эта система прекрасно работает и в отсутствие его самого. Поэтому, как мы видим, понятия «бизнес» и «предпринимательство» предполагают несколько разные вещи.

Преподаватель: А теперь давайте рассмотрим этапы становления предпринимательства в России.

Преподаватель предлагает игру: «Путешествие во времени». Остановки на пути – определенные этапы, события, герои, так или иначе повлиявшие на развитие предпринимательской деятельности. Чтобы путешественник не сбился с пути, обучающиеся подбирают исторические события для каждого этапа и самостоятельно заносят их в рабочие тетради.

Обучающиеся выполняют задание 3 в рабочей тетради.

Этапы
Конец IX–X века. «Ярмарочная торговля»
XI век. «Все по закону»
XII–XV века. «Освоение новых земель»
XVI–XVII века. «Ветер перемен»
XVIII век. «Деятельность купеческих гильдий»
XIX – начало XX века. «Золотой век предпринимательства»
Октябрь 1917 г. «Крах предпринимательства»
С 1987 г. по настоящее время. «Возрождение предпринимательства»

Исторические события, в честь которых названы остановки

Предпринимательство существовало в виде торговли и промыслов. Русские купцы были первыми представителями русского предпринимательства, которые прославили его не только внутри страны, но и за ее пределами. После принятия христианства на погостах совершались сделки, заключались договоры, отсюда пошла традиция ярмарочной торговли.

<p>Лесной промысел, развитие сельского хозяйства и городских ремесел, обработка дерева и металла в сочетании с торговлей становились сферами российского предпринимательства. В это время появился первый документ, регулирующий предпринимательскую деятельность, – кодекс «Русская правда».</p>
<p>Сильно развитая система предпринимательства совместно с народным самоуправлением были главными условиями экономического процветания в Древней Руси. Торговые предприниматели, имевшие лавки на городском торгу («ряда»), объединялись в самоуправляемые организации, члены которых назывались «рядовичами». В этот период посредством торговли начинается активное открытие и освоение новых земель, и «приращение земли Российской».</p>
<p>В этот период в Московской Руси начинается расцвет торговли и промышленности. Мощный импульс своего развития предпринимательство получило при Петре I. Число мануфактур при нем выросло с 10 до 230. Предприниматели для устройства фабрик и заводов получали ссуды без процентов, их освобождали от государственной службы, предоставляли временные льготы от податей и пошлин, обеспечивали гарантированными государственными заказами.</p>
<p>Российские предприниматели получили от Екатерины жалованную грамоту, которая сильно возвысила их положение. Согласно этой грамоте, все купцы были разделены на три гильдии и получали право на торговлю. Купцы всех гильдий были освобождены от подушной подати, а также от личной рекрутской повинности. За этот период количество промышленных предприятий увеличилось в 10–12 раз. По ряду экономических показателей Россия вышла на самые передовые рубежи.</p>
<p>Темпы развития русского предпринимательства в этот период были просто поразительны. Происходит обновление предпринимательства. Лидерство в деловом мире начинает постепенно переходить от фабрикантов традиционных отраслей (текстильных, переработки сельхозпродукции и т. п.) к фабрикантам передовых технологий – машиностроения и металлообработки. Происходит гигантское усиление роли банков и страховых учреждений. Начинает преобладать акционерная форма предпринимательства.</p>
<p>Были национализированы более трех тысяч предприятий. Крупное российское предпринимательство практически перестало существовать. В России были введены новая экономическая политика (НЭП) и сверхналог на нэпманов. Заниматься предпринимательской деятельностью стало не только невыгодно, но и опасно.</p>
<p>В этом году вышел Закон об индивидуальной трудовой деятельности, положивший начало формированию нового российского предпринимателя. Сегодня в нашей стране формируются рыночные отношения.</p>

Преподаватель: Предпринимательство – чрезвычайно многогранный вид экономической деятельности, распространяющейся практически на все отрасли хозяйственной жизни. Предпринимательство в разных областях обладает существенными различиями по форме и особенно по содержанию операций и способам их осуществления. Перейдем далее к рассмотрению видов бизнеса, различающихся характером деятельности и используемыми факторами предпринимательства.

Преподаватель: Ребята, определите виды предпринимательской деятельности и внесите их в таблицу в рабочей тетради.

Таблица «Виды предпринимательства»

Виды предпринимательства	Характеристика вида
Производственное	Включает выпуск промышленной и сельскохозяйственной продукции, товаров производственно-технического назначения, потребительских товаров, строительные работы, перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, знаний, выпуск книг, журналов, газет.
Торгово-коммерческое	Предприниматель выступает непосредственно в роли коммерсанта, торговца, продавая готовые товары, приобретенные им у других лиц, потребителю (покупателю).
Финансово-кредитное	Это особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, национальные деньги (российский рубль) и ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит.
Страховое	Предприниматель в соответствии с законодательством и договором гарантирует страхователю возмещение ущерба в результате непредвиденного бедствия в виде потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других видов потерь за определенную плату при заключении договора страхования.
Посредническое	Предприниматель сам не производит и не продает товар, а выступает в роли посредника, связующего звена в процессе товарного обмена, в товарно-денежных операциях.

Обучающиеся выполняют задание 4 в рабочей тетради.

Преподаватель: А теперь давайте в рабочей тетради выполним упражнение 5.

Выберите, к какому виду бизнеса относятся перечисленные виды деятельности.

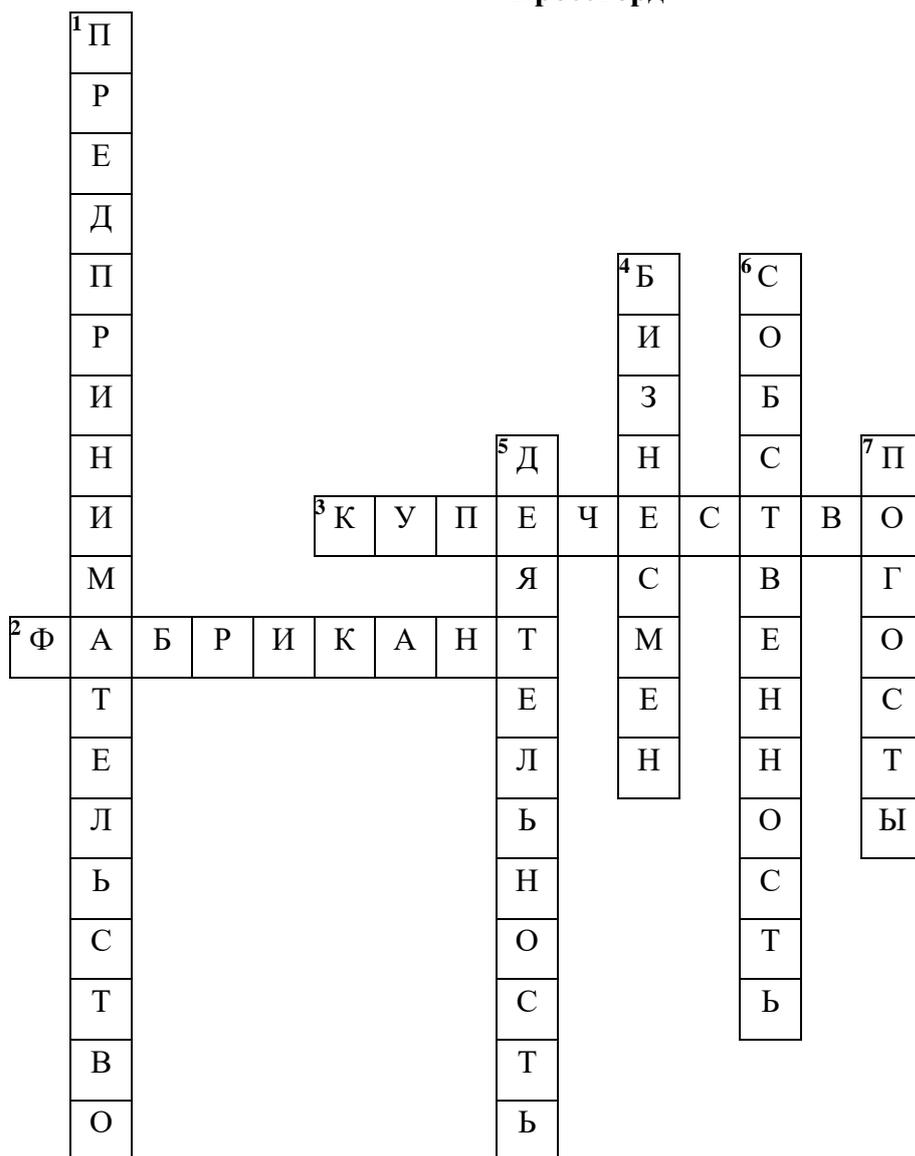
Обучающиеся выполняют задание 5.

1. Перевозка грузов – производственный.
2. Продажа овощей, выращенных на собственном участке – торговый.
3. Предоставление кредита – финансовый.
4. Гарантийный ремонт стиральной машины – страховой.
5. Закупка партии компьютеров – посреднический.
6. Выпуск газет и журналов – производственный.
7. Доставка фруктов в магазин – посреднический.
8. Страхование от несчастного случая – страховой.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Для закрепления основных понятий, с которыми мы сегодня с вами познакомились, давайте отгадаем кроссворд (задание 6).

Кроссворд



Вопросы

1. Деятельность человека, являющегося владельцем промышленного, торгового и т. п. предприятия.
2. В дореволюционной России: заводчик, владелец, промышленник.
3. В России до 1917 г.: особый социальный слой, сословие, занимавшееся оптовой и розничной торговлей.
4. Деловой человек, предприниматель, коммерсант, имеющий обычно собственное дело.
5. Систематическое применение своих способностей в бизнесе.
6. Имущество, принадлежащее и находящееся в полном распоряжении предпринимателя.
7. В Древней Руси постоянные дворы, на которых временно останавливались князь и духовные лица, а также купцы.

Преподаватель: Мы с вами сегодня познакомились с понятием «предпринимательство», а также с его видами. Сейчас мы закрепим полученные знания с помощью игры в крестики-нолики (задание 7).

Игра «Экономические крестики-нолики»

Цель: закрепление изученного материала, развитие навыков мышления, работы в команде.

Пояснительная записка: формируем две команды: «Татьяна» и «Ярослав». Одна команда ставит крестики, вторая – нолики. Для игры используется поле из девяти квадратов (Приложение 1). Каждой команде задается вопрос, при правильном ответе на который команда ставит крестик или нолик в выбранной клетке. Побеждает та команда, которая поставит подряд три крестика или нолика по горизонтали или вертикали.

Преподаватель может дополнять вопросы.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Предпринимательская деятельность – по законодательству РФ это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность граждан и их объединений, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. В РФ регулирование предпринимательской деятельности основывается на нормах гражданского права.

Предприниматель – лицо, которое изыскивает средства для организации предприятия и тем самым берет на себя предпринимательский риск.

Бизнес – предпринимательская деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Бизнесмен – деловой человек, занимающийся собственным бизнесом, имеющий свое дело в целях получения прибыли или иной выгоды.

Собственный (стартовый) капитал – капитал, вложенный собственником (предпринимателем) для осуществления предпринимательской деятельности.

Погост – место торга, куда съезжались купцы.

Литература

1. Боголюбов, Л.Н. Обществознание: учебник для 11 кл.: базовый уровень: метод. рекомендации: пособие для учителя / Л.Н. Боголюбов, Н.И. Городецкая, Л.Ф. Иванова [и др.]. – М.: Просвещение, 2007. – С. 53, 67.

2. Ремчукова, И.Б. Экономика. 11 класс: Поурочные планы по учебнику И.В. Липсица / И.Б. Ремчукова. – Волгоград: Учитель, 2009. – С. 250, 262.

3. Стариченко, Т.Н. Экономика: практикум / Т.Н. Стариченко. – М.: Изд-во НЦ ЭНАС, 2004. – С. 164.

Занятие 4–5. Формы предпринимательства (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с организационно-правовыми формами предпринимательства, их признаками, преимуществами и недостатками;

- **развивающие** – формирование мышления, навыков предпринимательской деятельности;

- **воспитательные** – формирование объективного отношения к предпринимательству, собственной предприимчивости;

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Основные понятия: коммерческая организация, индивидуальное предпринимательство, общество с ограниченной ответственностью, товарищества (полные и на вере), акционерные общества.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся, рабочая тетрадь.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: Мы с вами выяснили, что собой представляет предпринимательская деятельность. Давайте вспомним, какие фирмы нашего города занимаются бизнесом.

Обучающиеся отвечают.

Преподаватель: Как вы видите, для осуществления предпринимательской деятельности создаются коммерческие организации, то есть предпринимательство может осуществляться юридическим лицом, но может и непосредственно физическим лицом. Из ваших ответов можно сделать вывод, что бизнес может быть средним и крупным, но также он может быть и малым. Сегодня мы с вами рассмотрим основные организационно-правовые формы предпринимательства и их характерные признаки.

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: Субъектами предпринимательства могут быть различные участники экономической деятельности:

1) частные лица в единоличных (индивидуальных) и семейных предприятиях;

2) группы людей, связанных между собой договорными обязательствами и экономическими интересами в партнерствах, кооперативах, акционерных обществах и т. д.

В отдельных случаях субъектом предпринимательства выступает государство в лице его экономических организаций.

Преподаватель: Как вы думаете, какие организационно-правовые формы предпринимательства характерны для малого, среднего, крупного бизнеса?

Обучающиеся размышляют и отвечают.

Преподаватель: В рабочей тетради представлена схема организационно-правовых форм предпринимательства. Давайте ее рассмотрим и дополним.

Обучающиеся вместе с преподавателем выполняют задание 1 в рабочей тетради.

Схема «Организационно-правовые формы предпринимательства»



Преподаватель: Выбор формы предпринимательства зависит частично от личных интересов и профессии предпринимателя, но в основном определяется объективными условиями:

- сферой деятельности;
- наличием денежных средств;
- достоинством тех или иных форм предприятий;
- состоянием рынка.

Наиболее простой формой предпринимательства является единоличное владение или, как их еще называют, единоличные предприятия. Единоличные предприятия особенно распространены в торговле, где происходит быстрый оборот капитала в отличие от производственного его использования.

Коллективные формы предпринимательства заняли доминирующее положение как в малом, так и в крупномасштабном бизнесе.

Мировая практика свидетельствует о наличии следующих устоявшихся коллективных форм деловой активности:

- хозяйственные товарищества;
- хозяйственные общества;
- акционерные общества.

Давайте рассмотрим структуру собственного капитала различных форм собственности и заполним таблицу.

Обучающиеся вместе с преподавателем выполняют задание 2.

Таблица «Организационно-правовые формы предпринимательства»

Организационно-правовая форма предпринимательства (вид фирмы)	Определение организационно-правовой формы предпринимательства (вид фирмы)	Используя определение, изобразите на круге структуру фирмы	Укажите пример данного вида фирм (для какого вида деятельности характерна данная форма предпринимательства)
Полное товарищество	- это товарищество, участники которого занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут полную ответственность по обязательствам всем принадлежащим им имуществом.	Д1, Д2, Д3...	Представляют собой небольшие по размерам предприятия, преимущественно для сельского хозяйства и сферы услуг.
Унитарное предприятие	- это предприятие, собственником которого является государство или муниципалитет (местная администрация).	Госсобственность	Промышленная, финансовая, страховая.
Общество с ограниченной ответственностью	- это учрежденное одним или несколькими лицами общество, капитал которого разделен на доли, а участники несут ответственность только в пределах стоимости своей доли.	Д1, Д2, Д3...	Может заниматься любой деятельностью.
Товарищество на вере	- это такое товарищество, в котором наряду с полными товарищами, т.е. лицами, отвечающими неограниченно и своим личным имуществом по долгам товарищества, имеются один или несколько участников-вкладчиков, которые несут риск убытков только в пределах внесенных ими вкладов.	П1, П2... В1, В2...	Характерна для более крупных предприятий.
Акционерное общество	- это общество, капитал которого разделен на определенное число акций, а его участники (акционеры) отвечают по долгам в пределах принадлежащих им акций.	Д1, Д2, Д3, выраженная в акциях	Промышленная, финансовая, коммерческая.

Условные обозначения для изображения структуры фирмы:

П – полные товарищи;

В – вкладчики;

А – акции;

Д – доля.

Преподаватель: От чего зависит выбор организационно-правовой формы предпринимательства?

Обучающиеся отвечают:

- 1) цель деятельности;
- 2) что разрешено законом;
- 3) наличие стартового капитала;
- 4) достоинства и недостатки различных форм предпринимательства.

Преподаватель: Ярослав и Татьяна решили узнать, какая форма предпринимательства является наиболее подходящей для осуществления предпринимательской деятельности. Давайте обсудим достоинства и недостатки различных форм предпринимательства. В рабочей тетради дана характеристика, которая может быть достоинством или недостатком фирмы.

Обучающиеся обсуждают каждый пункт, по ходу обсуждения заполняют таблицу в рабочей тетради (задание 3).

Преподаватель: Проставьте номера признаков в соответствующие по смыслу графы таблицы. Обратите внимание, что некоторые номера могут быть использованы не единожды.

- 1) Простота организации (учреждения, управления).
- 2) Свобода действий (отсутствует необходимость согласования в принятии решений).
- 3) Сильная экономическая мотивация (получение прибыли одним лицом).
- 4) Ограниченность финансовых и материальных ресурсов.
- 5) Отсутствие развитой системы внутренней специализации производственных и управленческих функций.
- 6) Неограниченная ответственность.
- 7) Специализация в управлении.
- 8) Несогласованность действий или (и) несовместимость интересов владельцев.
- 9) Быстрое привлечение дополнительных финансовых средств.
- 10) Ограниченная ответственность.
- 11) Относительная стабильность фирмы.
- 12) Относительная нестабильность фирмы.
- 13) Возможность злоупотреблений в результате разделения функций собственности и управления.
- 14) Возможность объединения финансовых ресурсов нескольких лиц.
- 15) Владелец – сам себе хозяин.
- 16) Самый простой способ организации бизнеса.
- 17) Можно потерять контроль над фирмой, оставаясь при этом ее собственником.
- 18) Относительная сложность учреждения и регистрации.
- 19) Акционеры могут купить или продать свои акции без ущерба для фирмы.

Таблица «Достоинства и недостатки форм собственности»

Виды фирмы	Достоинства	Недостатки
Индивидуальная фирма	1, 2, 3, 15, 16	4, 5, 6, 12
Товарищество	1, 7, 10 для вкладчиков, 14	4, 6 для полных товарищей, 8, 12
Акционерное общество	7, 9, 10, 11, 14, 19	8, 13, 17, 18

Преподаватель: Заполнив таблицу, можно сделать вывод, что наиболее подходящей формой для осуществления предпринимательской деятельности является индивидуальная фирма. Однако в результате каждого типа предпринимательской деятельности достигаются поставленные предпринимателем цели, основными из которых являются:

- 1) получение прибыли от вложенного в тот или иной объект предпринимательства капитала, финансовых, ресурсных и материальных средств;
- 2) удовлетворение спроса общества на конкретные потребности его членов или страны, региона.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Мы с вами сегодня познакомились с формами предпринимательства. Сейчас закрепим полученные знания с помощью теста (задание 4).

Тест

1. Самостоятельная инициативная деятельность граждан и/или их объединений, осуществляемая на свой страх и риск, под собственную имущественную ответственность с целью получения прибыли называется:

- а. Менеджмент.
- б. Производство.
- в. Маркетинг.
- г. Коммерция.
- д. Предпринимательство.

2. Четвертый фактор производства наряду с трудом, землей и капиталом – это:

- а. Деньги.
- б. Торговля.
- в. Предпринимательская активность.
- г. Бизнес.
- д. Коммерция.

3. Смысл предпринимательской деятельности – это... (получение прибыли).

4. Подберите определения для следующих понятий:

1. Налог	А. Продукт труда, произведенный для продажи и удовлетворения спроса на рынке.
2. Товар	Б. Самостоятельный субъект рыночных отношений, действующий на свой страх и риск, в целях получения прибыли.
3. Услуга	В. Экономическая величина, получаемая в результате превышения доходов над расходами.
4. Прибыль	Г. Установленный государством сбор, уплачиваемый организациями и населением.
5. Предприниматель	Д. Результат непроизводственной деятельности, направленный на удовлетворение потребностей.

5. Если ты в одиночку или с родственниками создаешь предприятие, оно называется...

6. Предприятие, созданное путем объединения собственных средств нескольких участников ради совместного ведения дела, называется...

7. Предприятие, состоящее из неограниченного числа владельцев, каждый из которых является держателем акций данного предприятия, называется...

8. Установите соответствие между содержанием правого и левого столбцов:

Формы предпринимательства	Вид ответственности по своим обязательствам
1. Индивидуальное предприятие.	А. ограниченная
2. Товарищество (общество).	
3. Акционерное общество.	Б. неограниченная

9. Лицензия – это:

а. разрешение, выдаваемое частным лицам на использование государственного имущества;

б. разрешение, выдаваемое государством на право той или иной хозяйственной деятельности.

10. Имеет право приобретать, пользоваться и распоряжаться собственностью, открывать расчетные счета в банке, приобретать печати и штампы, вести хозяйственно-экономическую деятельность, выступать истцом и ответчиком в арбитражном суде...

Ключ

1	2	3	4	5
д	в	Получение прибыли	1г; 2а; 3д; 4в; 5б	Индивидуальный предприниматель
6	7	8	9	10
Товарищество	ОАО	1б; 2аб; 3а	б	Юридическое лицо

Преподаватель: Сейчас разобьемся на две команды («Татьяна» и «Ярослав») и отгадаем кроссворд (задание 5). Команда, которая справится первой, получает 4 балла. Команда, которая справится второй, получает 3 балла.

Физическое лицо – любой гражданин независимо от его пола, возраста, национальности, физических данных, места проживания.

Коммерческая организация – организация, преследующая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.

Индивидуальное предприятие – частное предприятие, основанное с помощью вклада на личной собственности физического лица и исключительно на его труде.

Акционерное общество (АО) – общество, капитал которого разделен на определенное число акций, а его участники (акционеры) отвечают по его долгам в пределах принадлежащих им акций.

Полное товарищество (ПТ) – товарищество, участники которого занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по обязательствам всем принадлежащим им имуществом.

Коммандитное товарищество (товарищество на вере) – коммерческая организация, представляющая собой объединение лиц, в котором одни участники осуществляют предпринимательскую деятельность от имени товарищества и при этом несут соли-дарную ответственность своим личным имуществом по его долгам при недостаточности имущества товарищества (полные товарищи), а другие лишь вносят вклады в имущество товарищества, не участвуя в его предпринимательской деятельности и не отвечая по его долгам своим личным имуществом (вкладчики, коммандитисты) (ст. 82–86 ГК РФ).

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – учрежденное одним или несколькими лицами общество, капитал которого разделен на доли, а его участники несут ответственность только в пределах стоимости своей доли.

Литература

1. Кашанина, Т.В. Право и экономика: пособие к разделам «Экономика» и «Право» курса «Обществознание» для 10–11 классов школ гуман. профиля: в 2 кн. Кн. 1 / Т.В. Кашанина, А.В. Кашанин; Российский фонд правовых реформ; Проект «Правовое образование в школе». – М.: Вита-Пресс, 2000. – 216 с.: ил. – (Основы правовых знаний).

2. Обществознание. 11 класс: учебник для общеобр. учреждений: базов. уровень / Л.Н. Боголюбов, Н.И. Городецкий, А.И. Матвеев [и др.]; под ред. Л.Н. Боголюбова [и др.]; Рос. акад. наук; Рос. акад. образования. – 5-е изд. – М.: Просвещение, 2010. – 349 с. – (Академический школьный учебник).

3. Савицкая, Е.В. Уроки в школе: в 2 кн. Кн. 1: пособие для учителя / Е.Н. Савицкая. – 3-е изд. – М.: Вита-Пресс, 2000. – 447 с.: ил.

4. Сторчевой, М.А. Основы экономики: учебник / М.А. Сторчевой; под ред. П.А. Ватника. – СПб.: Экономическая школа, 1999.

Занятие 6–7. Создание бизнеса (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с процессом регистрации фирмы, понятиями «прибыль», «выручка», «затраты», «бухгалтерская отчетность»;
- **развивающие** – формирование навыков регистрации фирмы, расчета бухгалтерской и экономической прибыли от предпринимательской деятельности;
- **воспитательные** – формирование предпринимательских качеств, объективного отношения к предпринимательству.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Основные понятия: учредительные документы, устав, лицензия, свидетельство о регистрации, код регистрации в органах статистики, прибыль, выручка, затраты, бухгалтерская отчетность.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся, рабочая тетрадь.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: В настоящее время предпринимательское дело переживает бум своего развития. Все большее число граждан желает открыть свое дело. В бизнес стремятся многие, но удержаться удастся не всем предпринимателям. Статистические данные печальны: ежегодно в РФ образуется около 1 млн. новых фирм и примерно столько же объявляют себя банкротами; удерживаются и имеют шансы на дальнейшее развитие лишь две-три тысячи. Но эта статистика не останавливает новых предпринимателей.

Вопрос: Как вы думаете, почему люди стремятся стать предпринимателями, почему многих не страшит неизвестность, и какие причины могут подтолкнуть людей стать предпринимателями?

Обучающиеся отвечают на вопросы, рассуждают.

Преподаватель: Для того чтобы ответить на эти вопросы, нам следует вначале разобраться, какими личностными качествами должен обладать предприниматель. В рабочей тетради, в задании 1, приводится список характеристик, относящихся к предпринимателю. Помогите Ярославу и Татьяне выяснить, всеми ли этими качествами должен обладать человек и зачем эти качества предпринимателю.

Обучающиеся вместе с преподавателем выполняют задание 1.

Таблица «Качества предпринимателя»

Способный к риску	Способный предвидеть	Общительный
Реалист	Умеющий планировать	Генератор идей
Организованный	Способный делегировать полномочия	Способный к компромиссу
Гибкий	Целеустремленный	Самоуверенный
Умеющий убеждать	Авантюрист	Энтузиаст
Безжалостный	Амбициозный	Умеющий слушать
Настойчивый	Ответственный	Энергичный
Независимый	Умеющий приспосабливаться	Лидер

Преподаватель: Может ли человек обладать всеми этими качествами? Не противоречат ли друг другу некоторые характеристики? Можно ли воспитать в себе эти качества личности?

Обучающиеся отвечают на вопросы, рассуждают.

Преподаватель: А как вы считаете, у вас есть способности к предпринимательской деятельности и обладаете ли вы такими качествами?

Обучающиеся отвечают на вопросы, рассуждают.

Преподаватель: Чтобы определить свои способности к предпринимательской деятельности предлагаю ответить на вопросы в рабочей тетради, выполнив задание 2.

Обучающиеся выполняют задание 2 в рабочей тетради и отвечают на вопросы.

Вопросы	Да / Нет
1. Умеете ли вы доводить начатое дело до конца, несмотря на возникающие препятствия?	
2. Активны ли вы, есть ли у вас «драйв»?	
3. Легко ли вы относитесь к неудачам? Сможете ли, потеряв все, начать сначала?	
4. Каково ваше хобби? Связано ли оно с вашим предполагаемым бизнесом?	
5. Прямолинейны ли вы, откровенны?	
6. Присутствует ли в вашем характере вспыльчивость?	
7. Можете ли вы быть гибким, попав в сложную ситуацию? Пасуете ли вы перед силой и натиском со стороны вашего собеседника?	
8. Обладаете ли вы аналитическим складом ума? Способны ли вы определить суть проблемы и затем решить ее быстро и качественно?	
9. Торговец ли вы по натуре? Способны ли вы торговать? (Данное качество весьма важно. Многие люди говорят, что могут торговать легко и свободно, что и делают почти каждый день – от продажи идей начальству до покупки овощей на базаре. Но речь идет не о таких продажах. Искусство провести сделку – это врожденное качество. Все дело в генах, которые и определяют, есть ли у вас деловой инстинкт или нет. И проверить это можно только в деле. Люди, от рождения наделенные этим инстинктом, могут даже не подозревать, что он у них есть. Поэтому шанс есть у всех – важно попробовать.)	
10. Готовы ли вы пойти на личные уступки (свободное время, поход в кино, комфорт) ради дела?	
11. Есть ли у вас воображение, чтобы обнаружить новые возможности для развития бизнеса?	
12. Умеете ли вы быть настойчивым и все время добиваться своего?	
13. Присутствует ли в вашем характере выносливость? Выдержите ли вы долгие часы работы, которых потребует от вас ваш бизнес?	
14. Можете ли вы рассчитывать на помощь и поддержку своей семьи?	
15. Уверены ли вы в том, что иметь собственное дело – это главная ваша мечта?	

Преподаватель: Итак, если вы смогли ответить на все эти вопросы утвердительно, вы обладаете предпринимательскими способностями и можете начинать свое дело. Осталось ли у вас желание стать предпринимателем и создать свой бизнес?

Обучающиеся

отвечают

утвердительно.

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: Вот и наши герои, Ярослав и Татьяна, решили создать свой бизнес. Но с чего им начать?

Как только они определятся с организационно-правовой формой и сферой деятельности, им следует зарегистрировать предприятие, что дает законное право заниматься предпринимательской деятельностью. Документы представляются в налоговую инспекцию непосредственно или направляются почтовым отправлением.

Давайте рассмотрим процедуры регистрации наиболее распространенных форм, в которых осуществляется предпринимательская деятельность.

Обучающиеся выполняют задание 3 и заполняют таблицу в рабочей тетради.

Таблица «Процедура регистрации форм собственности»

Этапы	Индивидуальное предпринимательство	Общество с ограниченной ответственностью
1. Сбор и подготовка необходимых сведений: - выбор вида деятельности; - адрес регистрации; - способ оплаты уставного капитала.	+ - -	+ + +
2. Подготовка пакета документации для регистрации: - копия паспорта; - заявление о регистрации; - договор или протокол с решением о создании; - устав; - квитанция об уплате госпошлины; - документы, подтверждающие оплату уставного капитала.	+ + - - + -	- + + + + +
3. Подача документов в налоговые органы.	+	+
4. Получение свидетельства о регистрации.	+	+
5. Постановка на учет во внебюджетные фонды.	+	-
6. Получение кодов в органах государственной статистики.	+	+
7. Изготовление печати.	+	+
8. Открытие расчетного счета	+	+

Преподаватель: Ярослав решил зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Ему, как и любому другому бизнесмену, для отчета в налоговых органах придется вести учет доходов и расходов, чтобы определить прибыль. Что такое прибыль? Как вы понимаете данный термин?

Прибыль	
Прибыль – это совокупный доход от деятельности компании или предприятия за вычетом совокупных издержек.	
Бухгалтерская	Экономическая
Бухгалтерская прибыль – это простая разница между доходами от реализации (доходами с продаж) и расходами (текущими издержками).	Экономическая (чистая) прибыль – это сумма, которая получается в результате вычета из бухгалтерской прибыли дополнительных расходов. В числе таких расходов могут быть некомпенсированные собственные траты, которые не были учтены в себестоимости продукта, дополнительные премиальные работникам, затраты на чиновников и т. д.

Но прежде чем рассчитать бухгалтерскую и экономическую прибыль, давайте рассмотрим один из элементов расходов – амортизацию.

Преподаватель: С чем у вас ассоциируется это понятие?

Обучающиеся рассуждают.

Преподаватель: А теперь давайте подробнее рассмотрим, что же такое амортизация и зачем требуется ее расчет, на примере фирмы по производству стульев.

Пример: в фирме работают 5 рабочих, 2 мастера и 1 директор;

- в месяц они производят 200 стульев.

Фирма продает все 200 стульев в тот же месяц по цене 2400 рублей за штуку.

Затраты, которые понесла фирма в этом месяце:

- доски, гвозди, лак и краски, то есть материалы, которые были полностью израсходованы;
- зарплата рабочих и руководителей, включая страховые взносы, о которых вы узнаете в следующих темах;
- аренда помещений, газ, вода, электричество, отопление, телефон и т. д.;
- дополнительно понесенные затраты, прямо или косвенно связанные с производством стульев (например, доставка покупателям или реклама в местной газете).

Все вышеперечисленные затраты объединяет то, что они реально понесены производителем в данный период.

Таблица «Реально понесенные затраты за месяц»

Виды затрат	Руб.
Материалы на 1 стул	1150,00
Всего затраты на материалы	230000,00
Зарплата всего персонала (вкл. страховые взносы)	90000,00
Оплата труда на 1 стул	450,00
Коммунальные платежи и аренда	50000,00
Продвижение товара (реклама + доставка)	17600,00
Всего реально понесенные затраты	387600,00
То же на 1 стул	1938,00

Преподаватель: Можно предположить, что если ничего не изменится: никто не уволится, не потребуется увеличения заработной платы, не повысят тарифы на воду и электроэнергию и т. п., то производство одного стула будет обходиться фирме в 1938 рублей и в следующем месяце, и через год, и через пять лет.

Однако было когда-то начало у этой фирмы, то есть момент, когда появилось (закуплено) оборудование (сверлильные и столярные станки, а также другие необходимые инструменты) стоимостью 200 тыс. рублей. Откуда взял деньги хозяин будущей фирмы – получил наследство, взял кредит в банке – не столь важно. Важно то, что эти деньги были потрачены, то есть были понесены затраты.

И если попытаться сложить все затраты за месяц, когда все началось, то получим при том же объеме производства (200 стульев) 587 600 рублей = 200 000 (оборудование) + 387 600 (все остальное).

Или 2 938 рублей за 1 стул. И это больше, чем цена продажи.

Преподаватель: Как вы думаете, справедливо ли включать всю стоимость оборудования сразу в понесенные затраты в том месяце, когда оно было приобретено.

Обучающиеся рассуждают, высказывают свою точку зрения.

Преподаватель: Правильно, относить стоимость оборудования на затраты того месяца, когда оно было приобретено, неправильно. Ведь оборудованием, в отличие от досок и гвоздей, пользуются не один месяц, и логичнее было бы распределить стоимость оборудования на тот период, когда оно будет использоваться.

То есть, если оборудование стоимостью 200 000 рублей будет использоваться 4 года, то в каждый стул, произведенный за этот период, будет входить 20 рублей 80 копеек стоимости оборудования (200 000 рублей / (4 года * 12 месяцев * 200 стульев в месяц)) или, если рассчитывать на месячный объем производства, то 4 166 рублей 70 копеек. Именно это и есть амортизация, то есть «вклад» оборудования в стоимость продукции.

Преподаватель: Так что же такое амортизация?

АМОТИЗАЦИЯ – это перенос стоимости оборудования на стоимость произведенной продукции частями в течение срока его использования с целью накопления денег на ремонт и покупку нового оборудования, когда возникнет необходимость.

Преподаватель: А как узнать срок полезного использования оборудования (станков, машин), в течение которого будет начисляться амортизация?

Обучающиеся рассуждают.

Преподаватель: В идеале (который трудно достигим) кто-то (может, владелец, а может, производитель) знает, сколько времени прослужит оборудование, после чего оно придет в негодность – сломается окончательно (физический износ) или устареет по сравнению с будущими станками, которые будут более производительными, экономными или дешевыми (моральный износ: старое оборудование может работать и дальше, но выгоднее купить новое). Очень часто такие сведения указываются производителем в технической документации к оборудованию, или сам владелец может его установить по данным статистики.

Обучающиеся выполняют вместе с преподавателем задание 4 в рабочей тетради.

Преподаватель: А теперь давайте попробуем рассчитать бухгалтерскую и экономическую прибыль и определить, выгодно ли заниматься предпринимательской деятельностью в определенных ситуациях.

Обучающиеся выполняют вместе с преподавателем задание 5 в рабочей тетради.

Ситуация 1: Татьяна в новом году решила открыть магазин, ее заработная плата за

год – 240 тыс. руб. Ее стартовый капитал составляет 300 тыс. руб. Она рассчитывает получить выручку, равную 1800 тыс. руб.

Для реализации этого проекта ей нужно:

1) оплатить из выручки в конце года арендную плату в размере 480 тыс. руб. за помещение магазина за год;

2) в начале года выполнить ремонтные работы в арендуемом помещении стоимостью 300 тыс. руб.;

3) нанять трех работников с оплатой по 160 тыс. руб. в год каждому, причем 60 тыс. руб. выплатить в начале года в качестве аванса, а остальные 100 тыс. руб. заплатить в конце года из выручки;

4) занять в банке недостающую для покрытия расходов сумму денег сроком на год;

5) оставить свою работу и целиком сосредоточиться на предпринимательской деятельности.

Иных затрат у нее нет. Банковский процент по депозитам равен 12%, а по кредитам – 25%.

Определить:

а) Величину бухгалтерской и экономической прибыли за год.

Решение:

а) Величина бухгалтерской прибыли (БП) равна разности между выручкой от реализации продукции (В) и явными издержками (ЯИ).

$$\text{БП} = \text{В} - \text{ЯИ}$$

Явные издержки (бухгалтерские, прямые, внешние издержки) – это те выплаты, которые фирма делает поставщикам ресурсов (труда, земли, капитала), не принадлежащих к числу собственников фирмы. К ним относятся затраты на заработную плату наемным работникам, плата за сырье и материалы, аренда, амортизационные отчисления, плата процентов за кредит, плата за электричество, тепло, свет и т. д.

Экономическая прибыль (ЭП) равна разности между величиной бухгалтерской прибыли и неявными издержками (НИ).

$$\text{ЭП} = \text{БП} - \text{НИ}$$

Или разности между выручкой и экономическими издержками (ЭИ), которые, в свою очередь, состоят из явных и неявных издержек.

$$\text{ЭП} = \text{В} - \text{ЭИ} = \text{В} - (\text{ЯИ} + \text{НИ})$$

Неявные издержки (вмененные, внутренние издержки) – это затраты, связанные с эксплуатацией собственных ресурсов фирмы. Например, небольшое предприятие эксплуатирует собственный труд, капитал, помещение. Другими словами это стоимость упущенной возможности. Для предпринимателя неявными издержками будет являться заработная плата, которую он мог получать, если бы работал по найму, а не занимался собственным делом. Для собственника капитала неявными затратами является прибыль, которую он мог бы получить, вложив свой капитал, например, в банк. Но, вложив эти деньги в собственный бизнес, он несет неявные издержки, равные недополученному банковскому проценту. Для владельцев недвижимости неявными затратами является арендная плата, которую он мог бы получить, сдав свою недвижимость в аренду.

При определении явных и неявных затрат удобно пользоваться следующей таблицей, в которой все затраты разделены на явные и неявные затраты.

Таблица «Явные и неявные издержки»

Явные издержки	Неявные издержки
Аренда помещения: 480 тыс. руб.	Недополученная заработная плата: 240 тыс. руб.
Ремонт помещения: 300 тыс. руб.	Недополученный банковский процент по депозиту: $300 * 0,12 = 36$ тыс. руб.
Заработная плата наемным работникам: $3 * 60 + 3 * 100 = 180 + 300 = 480$ тыс. руб.	
Плата за кредит: $180 * 0,25 = 45$ тыс. руб.	
Итого: 1305 тыс. руб.	Итого: 276 тыс. руб.

Для старта в начале года Татьяне потребуется 300 тыс. на ремонт + 180 тыс. руб. на оплату труда в начале года, из которых у нее есть только 300 тыс. руб. Значит, 180 тыс. придется занять в банке. Плата за кредит – это явные издержки. Эти 300 тыс. руб., которые она истратит на ремонт, она могла бы положить на депозит в банк и получить доход 12% от 300 тыс. руб. Таким образом, недополученный банковский процент по депозиту равен 36 тыс. руб.

Найдем бухгалтерскую прибыль:

$$\text{БП} = \text{В} - \text{ЯИ} = 1800 - 1305 = 495 \text{ тыс. руб.}$$

Тогда величина экономической прибыли будет равна:

$$\text{ЭП} = \text{БП} - \text{НИ} = 495 - 276 = 219 \text{ тыс. руб.}$$

Предпринимательская деятельность выгодна Татьяне, пока экономическая прибыль больше либо равна нулю.

Ситуация 2: Ярослав хочет основать свое дело, организовав в гараже семью шиномонтажную мастерскую. Для этого он думает нанять одного помощника. Расходы на оплату его труда составят 210 тыс. руб. в год, выплачиваемые в конце года.

Кроме того, в начале года надо закупить на весь год вперед материалов стоимостью 490 тыс. руб. Для этого Ярослав должен израсходовать весь свой стартовый капитал суммой 490 тыс. руб.

Для полноценной работы необходимо приобрести оборудование на сумму 350 тыс. руб., срок службы которого составляет 5 лет. Чтобы финансировать покупку оборудования, нужно взять в банке кредит на несколько лет под 25% годовых. Процент по вкладам в том же банке равен 20%. Ликвидационная стоимость равна нулю.

Но стоит ли открывать мастерскую?

Во-первых, Ярославу предлагают сдать в аренду гараж за 70 тыс. руб. в год.

Во-вторых, Ярослав имеет работу с годовой зарплатой, эквивалентной 105 тыс. руб. в год.

Что бы вы ему посоветовали, если экспертная оценка ожидаемой выручки от шиномонтажа равна 1050 тыс. руб. в год?

Необходимо найти:

а. величину годовых амортизационных отчислений мастерской шиномонтажа;

б. величину годовых бухгалтерских и экономических издержек Ярослава;

в. величину его бухгалтерской и экономической прибыли за год.

Какова должна быть минимальная годовая выручка, чтобы предприятие было выгодным?

Решение:

а. Амортизацию оборудования (А) определим линейным (равномерным) способом:

$$A = \frac{P - L}{T}$$

где:

P – цена объекта,

L – ликвидационная стоимость объекта после окончания эксплуатации,

T – срок эксплуатации.

Амортизационные отчисления будут равны:

$$A = (350000 - 0) / 5 = 70 \text{ тыс. руб.}$$

б. Прежде чем рассчитать величину годовых бухгалтерских и экономических издержек Ярослава, выделим явные и неявные издержки из условия задачи.

Для этого построим вспомогательную таблицу. В графу «Явные издержки» запишем все затраты, связанные с организацией и деятельностью шиномонтажной мастерской. В графу «Неявные издержки» запишем все недополученные доходы (упущенную выгоду), то есть те доходы, которые Ярослав мог бы получить, не открывая шиномонтажную мастерскую. Другими словами, это альтернативные источники дохода, от которых пришлось отказаться. Так, например, свой стартовый капитал он мог не тратить на покупку оборудования, а открыть счет в банке и получать доход 20% от 490 тыс. руб.

Таблица «Явные и неявные издержки»

Явные издержки	Неявные издержки
Оплата труда = 210 тыс. руб.	Недополученный банковский процент = $490000 * 0,2 = 98$ тыс. руб.
Материалы = 490 тыс. руб.	Недополученная арендная плата = 70 тыс. руб.
Амортизационные отчисления = 70 тыс. руб.	Недополученная заработная плата = 105 тыс. руб.
Плата за кредит = $350000 * 0,25 = 87,5$ тыс. руб.	
Итого: 857,5 тыс. руб.	Итого: 273 тыс. руб.

Величина годовых бухгалтерских издержек, таким образом, равна 857,5 тыс. руб. А величина годовых экономических издержек равна сумме явных и неявных затрат:

$$ЭИ = ЯИ + НИ = 857,5 + 273 = 1130,5 \text{ тыс. руб.}$$

в. Величину бухгалтерской прибыли за год найдем по формуле:

$$БП = В - БИ = 1050 - 857,5 = 192,5 \text{ тыс. руб.}$$

Экономическую прибыль можно посчитать двумя способами:

$$ЭП = БП - НИ = 192,5 - 273 = - 80,5 \text{ тыс. руб.}$$

или

$$ЭП = В - ЭИ = 1050 - 1130,5 = - 80,5 \text{ тыс. руб.}$$

Несмотря на то, что бухгалтерская прибыль оказалась в плюсе, с экономической точки зрения Ярославу невыгодно открывать шиномонтажную мастерскую, так как экономическая прибыль отрицательна. Для Ярослава будет выгоднее продолжать работать по найму, сдавать свой гараж в аренду, а все свои сбережения положить в банк.

г. Для того чтобы предприятие было выгодным, годовая выручка должна превышать

величину экономических издержек, то есть должна быть больше 1130,5 тыс. руб.

Преподаватель: После определения финансового результата Ярослав и Татьяна должны составить бухгалтерскую отчетность, которая может формироваться по упрощенной форме. Отчетность должна давать достоверное представление:

- о финансовом положении работы предпринимателя на отчетную дату,
- о финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период.

Достоверная отчетность необходима для принятия экономических решений.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Итак, сегодня мы с вами познакомились с вопросом «Как создать бизнес». Давайте проверим, как вы освоили и осмыслили данный материал.

1. Какими личностными характеристиками должен обладать предприниматель для успешного ведения собственного дела? Какие качества предпринимателя вы считаете наиболее важными? Объясните почему.

2. «Фирма есть система отношений, возникающих, когда направление ресурсов начинает зависеть от предпринимателя». Обоснуйте справедливость этого определения, данного английским ученым Рональдом Коузом.

3. Представьте, что ваш знакомый создает предприятие и лично вкладывает 200 тыс. руб., а его друг – 50 тыс. руб. Значит, знакомому принадлежит 80% уставного капитала, а его другу – 20%. Успешно реализовав произведенную продукцию и уплатив налоги, они получили прибыль 400 тыс. руб. Каким образом и в каком размере будет распределяться между ними прибыль?

Обучающиеся выполняют вместе с преподавателем задание б в рабочей тетради.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Учредительные документы – документы, определяющие индивидуальные особенности статуса конкретного юридического лица в рамках действующего законодательства.

Устав – учредительный документ, определяющий правовой статус юридического лица, определенной законом организационно-правовой формы.

Лицензия – официальный документ, разрешение, выдаваемое одним лицом другому лицу на ведение определенной (коммерческой) деятельности.

Свидетельство о государственной регистрации – документ, выдаваемый налоговым органом организации или физическому лицу, зарегистрированным в качестве налогоплательщиков.

Прибыль – это совокупный доход от деятельности компании или предприятия за вычетом совокупных издержек.

Бухгалтерская прибыль – разница между общим доходом и денежными издержками, рассчитанная по бухгалтерским документам без учета документально не зафиксированных издержек самого предприятия.

Экономическая прибыль – разница между доходами и экономическими издержками, включающими наряду с общими издержками альтернативные издержки.

Выручка от продаж – материальные ценности в денежном выражении либо денежные суммы, полученные в результате коммерческой или предпринимательской деятельности после реализации (продажи) товаров и услуг.

Затраты (издержки) – экономический показатель работы предприятия, отражающий финансовые расходы предприятия на производство товаров и услуг.

Амортизация – перенос стоимости оборудования на стоимость произведенной продукции частями в течение срока его использования с целью накопления денег на ремонт и покупку нового оборудования, когда возникнет необходимость.

Амортизационные отчисления – сумма, начисляемая на счет прибылей и убытков и представляющая износ или уменьшение стоимости актива.

Явные издержки (бухгалтерские, прямые, внешние издержки) – это те выплаты, которые фирма делает поставщикам ресурсов (труда, земли, капитала), не принадлежащих к числу собственников фирмы.

Неявные издержки (вмененные, внутренние издержки) – это затраты, связанные с эксплуатацией собственных ресурсов фирмы.

Бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам.

Литература

1. Зайцев, Н.Л. Экономика промышленного предприятия: учебник / Н.Л. Зайцев. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008.

2. Экономика предприятия (фирмы): учебник / под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007.

3. Задачи по экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.URL: http://www.ecson.ru/economics/category/production-and-the-cost-of-the-firm/](http://www.ecson.ru/economics/category/production-and-the-cost-of-the-firm/)

Занятие 8–9. Налоги и налогообложение (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с сущностью налогов, системой и основными элементами налогообложения, их классификационными признаками;
- **развивающие** – формирование представления о налогах и основных их видах, налогообложении малого бизнеса и его роли в экономике;
- **воспитательные** – формирование объективного отношения к налоговому законодательству и понимания неизбежности уплаты налогов для устойчивого развития общества.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Основные понятия: налог, налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, ставки налога, налоговые режимы.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся, рабочая тетрадь.

Структура и ход занятия

1. **Организационный момент.** Преподаватель приветствует обучающихся.
2. **Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.**

Преподаватель: На предыдущих занятиях мы рассмотрели, что собой представляет предпринимательская деятельность, процесс создания бизнеса. Но в любой стране всякий вид деятельности, приносящий доход, облагается налогом.

Отношение к налогам во все времена было неоднозначным. Даже такой знаменитый британский государственный деятель, как Уинстон Черчилль, считал, что «хороших» налогов не бывает. А американский экономист Стенли Фишер назвал налоги платой за цивилизованное общество. Так что же представляют собой налог – зло или благо? Мы с вами должны составить об этом свое собственное мнение.

Вопрос: Вы все, наверное, уже много раз слышали о налогах, и у каждого из вас есть представление об этом понятии? Попробуйте сами дать определение налога, для этого воспользуйтесь определенным набором слов.

В рабочей тетради в задании 1 приводится список слов, относящихся к налогам и налогообложению (платеж, сбор, повинность, часть дохода, взнос в бюджет, государство, казна, поступления, отчисления, долг).

Обучающиеся выполняют задание 1 в рабочей тетради.

Преподаватель выслушивает определения, составленные обучающимися.

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: В различных словарях дано много разных определений одного и того же понятия. Давайте сравним ваше определение с первоисточником, которое было дано еще в начале прошлого века в словаре Брокгауза и Эфрона.

НАЛОГИ – принудительные периодические платежи граждан из их имущества и доходов, идущие на нужды государства и общества и установленные в законодательном порядке.

Преподаватель: Это всего лишь одно из определений, оно наиболее современное и актуальное на сегодняшний день.

НАЛОГИ – это обязательные сборы, взимаемые государством с физических и юридических лиц с целью финансового обеспечения государства.

Если мы с вами поймем сущность налогов, то можем сформулировать и их признаки.

Преподаватель предлагает обучающимся выполнить задание 2 в рабочей тетради, признаки налогов записывают в рабочей тетради.

Признаки налогов:

1. Налог – это (часть) доходов граждан или предприятий.
2. Носит (принудительный) характер.
3. Выплата (периодическая).
4. Выплата в пользу (государства).
5. Определяется (законом).

Преподаватель: Законодатели видят в налогах возможность решения какой-либо проблемы, стоящей перед ними, а те, кому приходится платить налог из собственного кармана, находят аргументы против такого новшества, но ни одно общество не обходилось без налогов. Как только появилось государство – тут же появились и налоги.

Вопрос: Зачем же нужно собирать налоги?

Обучающиеся отвечают на вопрос, рассуждают.

Преподаватель: Давайте вернемся к истории налогов в России.

Размер дани, выплачиваемой Русью татарской Золотой Орде на душу населения, составлял в год 1–2 рубля.

В 1689 году Петром I был введен Бородатый налог. При этом было четкое разделение типов бород – купеческая, боярская, крестьянская и прочие. Крестьянин мог носить бороду бесплатно только у себя в деревне, но при въезде в город платил 1 копейку. Купец, не желавший брить бороду, должен был уплатить в казну сумму, равную 100 рублям в год.

Также Петром I была введена подушная подать: каждая «мужская душа» (мужчины от рождения до смерти) была обязана платить в казну 74 копейки.

Появились налоги на частную рыбную ловлю, бани, постоянные дворы, мельницы, пчельники, конские заводы и на площадки, где производился торг лошадьми.

В настоящее время налоги в нашей стране взимаются:

- с доходов (прибыли, заработной платы, доходов от ценных бумаг);
- с имущества, передачи имущества;
- с юридически значимых действий;
- с ввоза и вывоза товаров за границу.

У налога как элемента налоговой системы есть своя структура. Он подразделяется на базу (количественное выражение того, с чего исчисляется налог) и ставку (размер налога на единицу налоговой базы).

Например, подоходный налог в России. Все граждане России платят 13 копеек с каждого заработанного рубля. Базой налога является сумма заработанных доходов, а ставка равна 13%.

В России налог на имущество организаций составляет 2,2% от стоимости имущества.

Покупая товар, мы уплачиваем налог на добавленную стоимость (НДС) 18% от его стоимости продавцу, но он обязан вернуть эту сумму в казну в качестве налога.

Все налоги, действующие на территории Российской Федерации, в зависимости от уровня установления подразделяются на три вида:

1. федеральные;
2. региональные;
3. местные.

Федеральные налоги устанавливаются, отменяются и изменяются НК РФ и обязательны к уплате на всей территории РФ.

Региональные налоги устанавливаются НК РФ и обязательны к уплате на всей территории соответствующих субъектов РФ. Правительство субъектов Федерации наделено правом вводить или отменять региональные налоги на своей территории и изменять некоторые элементы налогообложения в соответствии с действующим федеральным законодательством.

Местные налоги регламентируются законодательными актами федеральных органов власти и законами субъектов РФ. Органам местного самоуправления в соответствии с НК РФ предоставлено право вводить или отменять на территории муниципального образования местные налоги и сборы.

Таблица «Классификация налогов в РФ в зависимости от уровня установления»

Уровень установления	Налоги
Федеральные	<ul style="list-style-type: none"> • Налог на добавленную стоимость • Акцизы • Налог на доходы физических лиц • Налог на прибыль организаций • Налог на добычу полезных ископаемых • Водный налог • Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов • Государственная пошлина
Региональные	<ul style="list-style-type: none"> • Налог на имущество организаций • Транспортный налог • Налог на игорный бизнес
Местные	<ul style="list-style-type: none"> • Земельный налог • Налог на имущество физических лиц

Обучающиеся рассуждают и выполняют задание 3 в рабочей тетради.

Все налоги можно разделить на две большие группы – прямые и косвенные. Чем же они отличаются?

Прямые налоги взимаются с доходов и имущества непосредственно с лиц, обязанных их выплачивать. Окончательный плательщик тот, кто получает доход, владеет имуществом и т. д.

Косвенные налоги – это налоги на товары или виды деятельности. Окончательным плательщиком косвенных налогов выступает потребитель товара, но вносит их в казну не он, а продавец товара или услуги.

Преподаватель: Давайте попробуем распределить налоги на 2 группы – прямые и косвенные.

Таблица «Классификация налогов в РФ в зависимости от метода взимания»

Прямые налоги	Косвенные налоги
<ul style="list-style-type: none"> • Налог на доходы физических лиц • Налог на прибыль организаций • Водный налог • Налог на добычу полезных ископаемых • Налог на имущество организаций • Транспортный налог • Налог на игорный бизнес • Земельный налог • Налог на имущество физических лиц 	<ul style="list-style-type: none"> • Налог на добавленную стоимость • Акцизы • Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов • Государственная пошлина

Обучающиеся выполняют задание 3 в рабочей тетради

Преподаватель: Особая категория налогов – так называемые специальные налоговые режимы. В НК РФ предусмотрена возможность установления четырех таких режимов:

- система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД) для определенных видов деятельности;
- упрощенная система налогообложения (УСН);
- система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН);
- патентная система.

Эти налоговые режимы направлены на создание более благоприятных экономических и финансовых условий деятельности организаций, индивидуальных предпринимателей, относящихся к сфере малого предпринимательства.

Вмененный доход – это понятие, которое известно со времен царствования Ивана Грозного. Осваивая Сибирь, великий царь применял к местному населению особую систему уплаты налога для охотников. Царь устанавливал для них определенное количество убитых пушных зверей. Иными словами, предполагая, что охотник настреляет 100 или 200 соболей, 300 белок, 200 зайцев. С этого установленного царем количества охотники были обязаны уплатить свой налог.

Таким образом, вмененный доход нужно было рассчитать, исходя из определенных условий. Для первых налогоплательщиков это были:

- географическое положение;
- количество дееспособных мужчин в семье (охотников);
- сезонные и другие условия.

В наше время вмененный доход рассчитывается также методом учета определенных условий. За основу берутся: базовая доходность и физический показатель.

Под базовой доходностью понимается возможность получения дохода в стоимостном выражении.

Физический показатель – носитель этого дохода, и он принимается уже не в стоимостном выражении.

Для каждого вида деятельности он будет различным. Так, для торговли это могут быть:

1. люди;
2. торговая площадь;
3. количество торговых мест.

Для транспортных услуг: количество автомобилей или количество посадочных мест. Все эти правила установлены в Налоговом кодексе.

Преподаватель предлагает учащимся виды предпринимательской деятельности, которые могут рассчитывать вмененный доход и уплачивать единый налог.

Обучающиеся вместе с преподавателем выполняют задание 4 в рабочей тетради.

Вид предпринимательской деятельности	Физические показатели	Базовая доходность в месяц (руб.)
Оказание бытовых услуг	Количество работников, включая индивидуального предпринимателя	7500
Оказание ветеринарных услуг	Количество работников, включая индивидуального предпринимателя	7500
Оказание услуг по ремонту,	Количество работников, включая	12000

техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств	индивидуального предпринимателя	
Оказание услуг по предоставлению во временное владение (пользование) мест для стоянки автотранспортных средств	Общая площадь стоянки (в квадратных метрах)	50
Оказание автотранспортных услуг по перевозке грузов	Количество автотранспортных средств, используемых для перевозки грузов	6000
Оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров	Количество посадочных мест	1500
Розничная торговля, имеющая торговые залы	Площадь торгового зала (в квадратных метрах)	1800
Развозная и разносная розничная торговля	Количество работников, включая индивидуального предпринимателя	4500
Реализация товаров с использованием торговых автоматов	Количество торговых автоматов	4500
Общественное питание	Площадь зала обслуживания посетителей (в квадратных метрах)	1000

Преподаватель: Для исчисления налоговой базы используется следующая формула расчета:

$$ВД = ((БД * ФП) : КД) * КД_1$$

где:

ВД – величина вмененного дохода;

БД – значение базовой доходности в месяц;

ФП – физический показатель;

КД – количество календарных дней в месяце;

КД₁ – фактическое количество дней осуществления предпринимательской деятельности в месяце в качестве налогоплательщика единого налога.

Единый налог на вмененный доход исчисляется налогоплательщиком по итогам каждого налогового периода (квартала) по ставке 15% от исчисленной налоговой базы по формуле:

$$ЕН = ВД * 15\% : 100\%$$

Для того чтобы понять механизм расчета ЕНВД, рассмотрим следующие ситуации.

Обучающиеся выполняют вместе с преподавателем задание 5 в рабочей тетради.

Ситуация 1: Друг Ярослава занимается ремонтом сотовых телефонов, и у него есть помощник. Ремонт техники относится к бытовым услугам. Базовая доходность составляет 7500 руб. Физическим показателем является сам предприниматель и его помощник, т. е. 2 человека. Налог уплачивается за квартал (3 месяца).

$$\text{ВД} = (7500 * 2) * 3 = 45000 \text{ руб.}$$

$$\text{ЕН} = 45000 * 15\% : 100\% = 6750 \text{ руб.}$$

Ситуация 2: Мечта Татьяны – открыть свою парикмахерскую. Татьяна планирует, что в ней будут работать два мастера, таким образом, вместе с ней физический показатель составит три человека. Данные услуги относятся к бытовым услугам. Базовая доходность – 7500 руб. Рассчитайте самостоятельно сумму вмененного дохода и сумму налога за квартал.

$$\text{ВД} = (7500 * 3) * 3 = 67500 \text{ руб.}$$

$$\text{ЕН} = 67500 * 15\% : 100\% = 10125 \text{ руб.}$$

Ситуация 3: Мечта Ярослава – иметь собственное транспортное средство и осуществлять перевозку пассажиров. В этом случае физическим показателем будет посадочное место, их в маршрутном такси – 13. Базовая доходность каждого посадочного места составляет 1500 руб. Рассчитайте самостоятельно сумму налога за квартал.

$$\text{ВД} = (1500 * 13) * 3 = 58500 \text{ руб.}$$

$$\text{ЕН} = 58500 * 15\% : 100\% = 8775 \text{ руб.}$$

Ситуация 4: Друг Татьяны планирует открыть стоянку для автомобилей. В этом случае физическим показателем является общая площадь стоянки – 200 м². Базовая доходность за каждый м² – 50 руб.

Рассчитайте самостоятельно сумму вмененного дохода и сумму налога за квартал.

$$\text{ВД} = (50 * 200) * 3 = 30000 \text{ руб.}$$

$$\text{ЕН} = 30000 * 15\% : 100\% = 4500 \text{ руб.}$$

Преподаватель: Однако следует учитывать, что базовая доходность может увеличиваться за счет времени года, расположения торговой точки, ассортимента товаров и других причин. Поэтому на помощь приходят специальные коэффициенты, которые могут увеличить или уменьшить базовую доходность:

1. К1 – корректирующий коэффициент-дефлятор, соответствующий индексу изменения потребительских цен на товары (работы, услуги), устанавливает правительство по данным государственного комитета по статистике, который в 2014 году был установлен в размере 1,672, а в 2015 году – 1,798.

2. К2 – корректирующий коэффициент, который устанавливается на местном уровне в пределах от 0,01 до 1 включительно.

Вопрос: Как вы думаете, как повлияют коэффициенты на вмененный доход в зависимости от определенных условий? Для этого следует заполнить таблицу в рабочей тетради.

Обучающиеся рассуждают и выполняют задание б в рабочей тетради.

Таблица «Влияние коэффициентов на базовую доходность»

Виды оказываемых услуг	Повышение	Понижение
Торговая точка расположена в отдаленной сельской местности		+
Оказание услуг с использованием маршрутного такси для перевозки пассажиров в труднодоступные районы		+
Оказание услуг косметического салона в центре города	+	
Продажа сувениров в киоске, расположенном в центре города	+	
Оказание парикмахерских услуг со скидкой для пенсионеров и детей младше 7 лет.		+

Платная стоянка автотранспорта находится в центре города	+	
Оказание услуг пассажирам через кафетерий, находящийся в аэропорту	+	
Оказание услуг по перевозке пассажиров с учетом скидок для ветеранов, инвалидов и детей до 7 лет.		+
Перевозки без льгот по максимальному тарифу	+	
Оказание ветеринарных услуг со скидками для пенсионеров		+

Преподаватель: А теперь давайте рассмотрим, что собой представляет упрощенная система налогообложения.

УСН разрешается к применению только организациям:

- с доходами не более 20 млн руб. в год;
- численностью работников не более 100 человек;
- стоимостью имущества не более 100 млн руб.

Данный режим заменяет уплату НДС, налога на имущество и прибыль.

Объектом налогообложения могут служить:

1. доходы;
2. доходы, уменьшенные на величину расходов.

Объект налогообложения организации, применяющие УСН, выбирают самостоятельно.

Налоговые ставки регламентируются Налоговым Кодексом РФ. Если объектом налогообложения являются доходы, налоговая ставка устанавливается в размере 6%, если доходы, уменьшенные на величину расходов, налоговая ставка устанавливается в размере 15%.

Обучающиеся выполняют задание 7 в рабочей тетради.

Друзья родителей Ярослава открыли магазин строительных материалов. В течение квартала общие продажи за наличный расчет в магазине составили 980 530 руб.

Также в этом квартале по безналичному расчету товар приобретали государственные учреждения и строительные фирмы на общую сумму 512 200 руб.

Величина расходов за этот квартал (аренда, заработная плата, канцелярские расходы и другие) составила 956 000 руб., которые документально подтверждены.

Расчет налога, когда объектом являются доходы.

Для того чтобы вычислить общий оборот за квартал, необходимо сложить все денежные поступления:

980 530 руб. (операции за наличный расчет) + 512 200 руб. (безналичные операции) = 1 492 730 руб. (доходы за квартал).

Налог УСН = 1 492 730 * 6% : 100% = 89564 руб.

Расчет налога, когда объектом являются доходы, уменьшенные на величину расходов.

Расчет налога УСН проводим по формуле:

$$\begin{aligned} \text{Налог УСН} &= (\text{фактический доход} - \text{фактические расходы}) * 15\% = \\ &= (1492730 - 956000) * 15\% = 80510 \text{ руб.} \end{aligned}$$

Наиболее сложный вопрос для предпринимателей, применяющих режим УСН, – выбор оптимального объекта налогообложения. Выгодность использования объекта налогообложения определяется структурой доходов и расходов налогоплательщика.

Уменьшение налога УСН возможно на следующие вычеты:

1. пенсионные отчисления;
2. сумму выплат на обязательное медицинское страхование в отчетном периоде;
3. расходы на страхование от несчастных случаев и профессиональных заболеваний;
4. выплаты по больничным листам.

Имея работников, предприниматель или организация может уменьшить налог УСН на сумму вычетов, но не более 50% величины самого налога УСН.

Преподаватель: И наконец, патентная система, которая применима только для индивидуальных предпринимателей. Суть ее состоит в том, что предприниматель приобретает патент на определенную деятельность и на конкретный промежуток времени (не более одного календарного года). Получив патент, индивидуальный предприниматель платит 6% от потенциального дохода, который устанавливается налоговыми органами субъектов РФ.

В рамках данного режима индивидуальный предприниматель освобожден от налога на имущество, НДФЛ и НДС.

Сумма патента может уменьшаться на сумму страховых взносов, однако не более чем на 50%.

Чтобы понять, какой режим выгоден, стоит подсчитать свои доходы и налоги и сравнить с теми, которые установлены государством.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Сегодня мы с вами познакомились с темой «Налоги и налогообложение». Давайте проверим, как вы освоили и осмыслили данный материал. В рабочей тетради выполните задание 8: ответьте на поставленные вопросы.

Обучающиеся выполняют задание 8 в рабочей тетради.

1. Объясните, могут ли перечисленные виды деятельности использовать налоговый режим ЕНВД и почему?

а) Подруга Татьяны мечтает открыть свой интернет-магазин.

б) Знакомые Ярослава и Татьяны хотят открыть собственную заправку.

в) Друг Ярослава имеет возможность осуществлять прогулки на собственном катере по реке.

Ответ: а и б – не могут, так как невозможно рассчитать базовую доходность, в – может, так как имеется возможность подсчитать количество перевозимых пассажиров.

2. Зачем нужно собирать налоги? Каковы их функции в экономике?

- Фискальная (лат. *fiscus* – «корзина») – уплата налогов необходима для нормального развития и функционирования самого государства.

- Регулирующая – налоги влияют на экономику: стимулируют или сдерживают темпы воспроизводства.

- Контрольная – налоги оценивают эффективность налогово-финансовых отношений и бюджетной политики государства.

3. Вообразите ситуацию, что вы решили ввести новый налог. Вам необходимо предоставить следующую информацию:

1. название налога;
2. налогоплательщики;
3. объект налогообложения;

4. налоговая ставка;
5. сроки уплаты;
6. расход налоговых поступлений;
7. история налога.

Пример:

«Налог с посетителей ночных клубов (заведений)»

- *налогоплательщики* – посетители ночных клубов старше 18 лет;
- *объект налогообложения* – посещение ночного клуба;
- *налоговая ставка* – 10% от стоимости входного билета (например: стоимость входного билета – 200 руб., сумма налога – 20 руб.; итого стоимость билета – 220 руб.);
- *сроки уплаты* – не позднее 15 числа, следующего за отчетным месяцем;
- *расход налоговых поступлений* – часть налоговых поступлений пойдет на благотворительность: клиники для больных СПИДом, раковыми заболеваниями; в детские дома, приюты.
- *история налога* – налог начали взимать (применять) в нашем городе, когда стали открываться (работать) ночные клубы (заведения).

4. Настольная игра «Налоги».

Цель игры: закрепить изученный материал, познакомиться с новыми понятиями по теме «Налоги и налогообложение».

Пояснительная записка: группа делится на две команды. Командам предстоит совершить увлекательное путешествие на воздушных шарах, перемещаясь с облака на облако. Каждой команде необходимо ответить на 11 вопросов по теме «Налоги и налогообложение».

Команды по очереди отвечают на вопросы. Правильный ответ на вопрос дает команде право передвинуть фишку дальше. Если команда отвечает неверно, то она пропускает ход, оставаясь на месте. Побеждает та команда, которая первой доберется до финиша «Казна». (Игровое поле – Дидактические материалы. Приложение 4. Вопросы к игре – Методические указания. Приложение 2.)

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Налог – это обязательный индивидуальный безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и территориальных образований.

Налогообложение – сбор, взимаемый центральным правительством или местными органами власти с физических лиц и корпоративных организаций для финансирования расходов государства.

Объект налогообложения – объект, имеющий стоимостную, количественную или физическую характеристики, с наличием которого у налогоплательщика законодательство о налогах и сборах связывает возникновение обязанности по уплате налога.

Налогоплательщики (плательщики сборов) – организации и физические лица, на которых в соответствии с Налоговым Кодексом возложена обязанность уплачивать налоги (сборы).

Налоговая ставка – величина налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы, один из основных элементов налогообложения.

Налогооблагаемая база – стоимостная, физическая или иная характеристика объекта налогообложения, является одним из обязательных элементов налога.

Специальный налоговый режим – особый порядок исчисления и уплаты налогов и сборов в течение определенного периода времени, применяемый в случаях и в порядке, установленных Налоговым Кодексом и принимаемыми в соответствии с ними федеральными законами.

Налог на добавленную стоимость – косвенный налог, которым облагаются операции по продаже (поставке, передаче, сдаче в аренду) товаров, выполнению работ, оказанию услуг.

Акциз – косвенный налог, устанавливаемый преимущественно на предметы массового потребления (табак, вино и др.), а также услуги; включается в цену товаров или тарифы на услуги.

Литература

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31.07.1998 № 146-ФЗ (в редакции последующих законов), часть вторая от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в редакции последующих законов). – М.: Гросс-Медиа, 2007.

2. Зайцев, Н.Л. Экономика промышленного предприятия: учебник / Н.Л. Зайцев. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008.

3. Жидкова, Е.Ю. Налоги и налогообложение: учеб. пособие / Е.Ю. Жидкова. – М.: Эксмо, 2010. – 240 с. – (Учебный курс: кратко и доступно).

4. Молчанов, С.С. Налоги за 14 дней. Экспресс-курс / С.С. Молчанов – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2008. – 480 с. – (Сделай себя сам).

5. Экономический портал. Проект Института «Экономическая школа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.URL: http://www.economicus.ru](http://www.economicus.ru)

Занятие 10–11. Риски (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с понятием «риски», видами рисков и способами управления ими;

- **развивающие** – формирование представления о предпринимательском риске;

- **воспитательные** – формирование нравственных качеств.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, приемы технологии развития критического мышления.

Основные понятия: предпринимательский риск, производственный риск, коммерческий риск, финансовый риск, экологический риск, политический риск, диверсификация, лимитирование, страхование, хеджирование.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся, рабочая тетрадь.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: Жизнедеятельность человеческого общества всегда несла и несет в себе определенную опасность. Стихийные бедствия, несчастные случаи, просчеты в хозяйственной деятельности и другие непредвиденные события могут нарушить сбалансированность общественного производства. При этом риск в бизнесе неизбежен. Вероятность потерь так же реальна, как и возможность получить прибыль.

РИСК – это, по сути, обратная сторона свободы предпринимательства. Предпринимательства без риска не бывает, и наибольшую прибыль, как правило, приносят операции с повышенным риском.

Вопрос: Приведите примеры, какие виды предпринимательства подвержены большому риску?

Обучающиеся рассуждают.

Преподаватель: Проблема заключается не в том, чтобы искать дело без риска или избегать его, а в том, чтобы предвидеть риск и стремиться снизить его до возможно более низкого уровня. Каким образом это делается, мы с вами и узнаем на этом уроке.

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: Таким образом, как бы вы сформулировали понятие «риски»?

Обучающиеся размышляют.

Преподаватель: Правильно. РИСКИ – это возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой различного рода потери. Приведите примеры наступления рисков из современной жизни.

Обучающиеся отвечают: Получение физической травмы, потери имущества в результате стихийных бедствий, получение доходов ниже ожидаемого уровня в результате конкурентной борьбы и т. д.

Преподаватель: Дает определение понятия «риски».

РИСКИ – это вероятность того, что предприниматель или организация в результате неудачного решения понесет ущерб в виде дополнительных расходов или неполучения доходов.

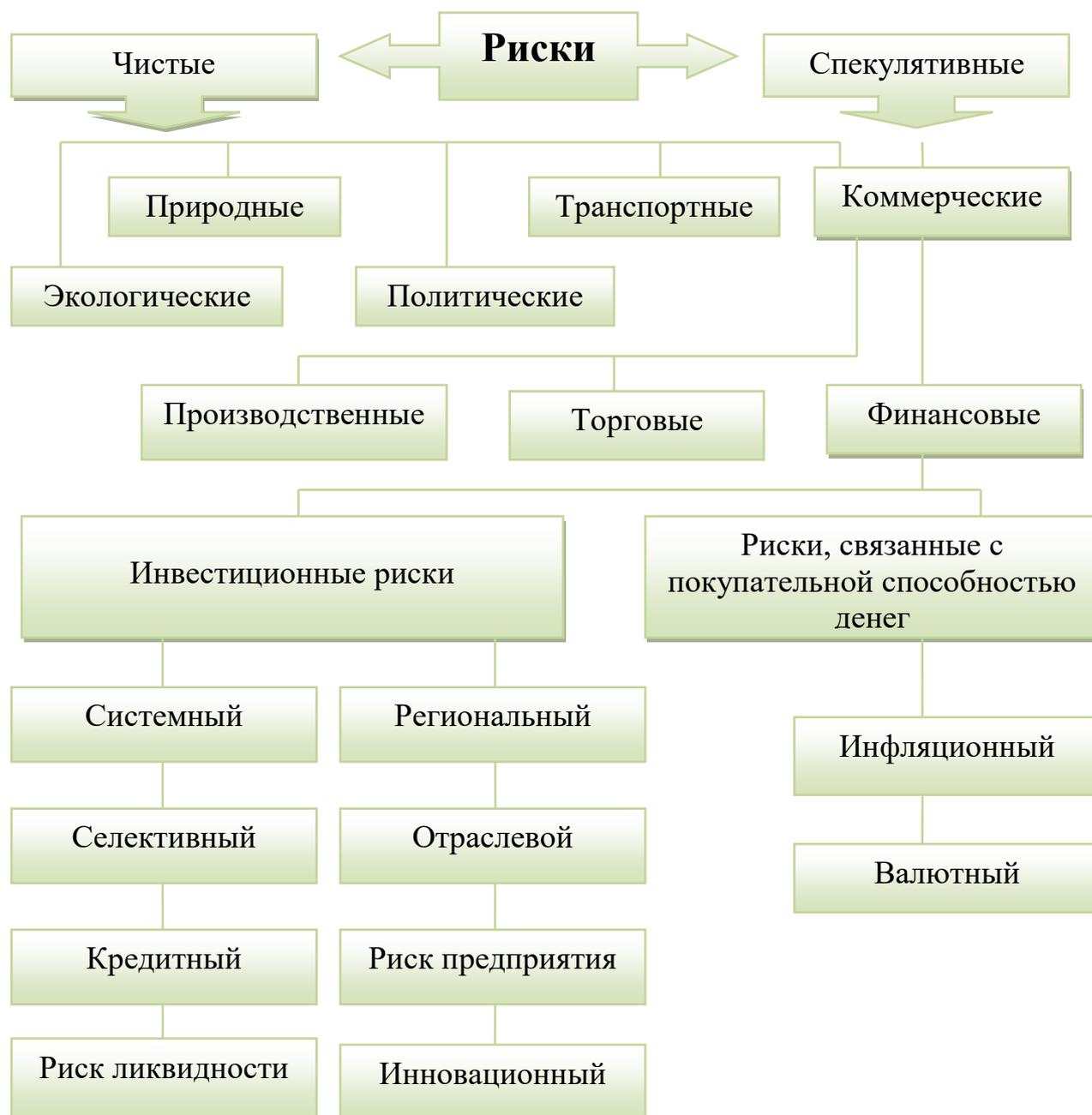
Оценка риска предполагает измерение возможного уровня потерь, с одной стороны, и вероятности их возникновения с другой.

Все операции на рынке сопряжены с риском, и участникам рынка всегда приходится брать на себя разнообразные риски: потери имущества, финансовых потерь и т. д. Поэтому в каждом конкретном случае необходимо учитывать различные виды рисков.

В зависимости от основной причины возникновения рисков можно выделить разные виды предпринимательских рисков. Давайте их с вами сейчас рассмотрим. В задании 1 представлена схема «Классификация рисков»

Обучающиеся выполняют задание 1 в рабочей тетради (схема).

Схема «Классификация рисков»



Преподаватель: Как вы видите, все риски подразделяются на чистые и спекулятивные.

ЧИСТЫЕ – возможность получения отрицательного (ущерб, убыток) или нулевого результата. К ним относятся: природные, экологические, политические, транспортные и часть коммерческих рисков – производственные и торговые.

СПЕКУЛЯТИВНЫЕ – возможность получения как отрицательного, так и положительного (выигрыш, прибыль) результата. К ним относится другая часть коммерческих рисков – финансовые.

Другими словами:

ЧИСТЫЙ РИСК – это риск, предполагающий только вероятность убытков. Например, снежная лавина являет собой такой вид риска, которого никакое физическое или юридическое лицо не способно ни предсказать, ни избежать. Другими словами, любая

катастрофа, подобная землетрясению или пожару, дорого обходится людям, на которых она обрушивается, но ее отсутствие не приводит к повышению прибылей.

Чистый риск содержит в себе лишь опасность ущерба без всякой возможности выигрыша.

С другой стороны, спекулятивный риск открывает перспективу получения прибыли, что, прежде всего, и подталкивает людей заниматься бизнесом. Любой бизнес подразумевает, что, делая деньги, их можно потерять.

СПЕКУЛЯТИВНЫЙ РИСК – риск, предполагающий вероятность, как прибылей, так и убытков.

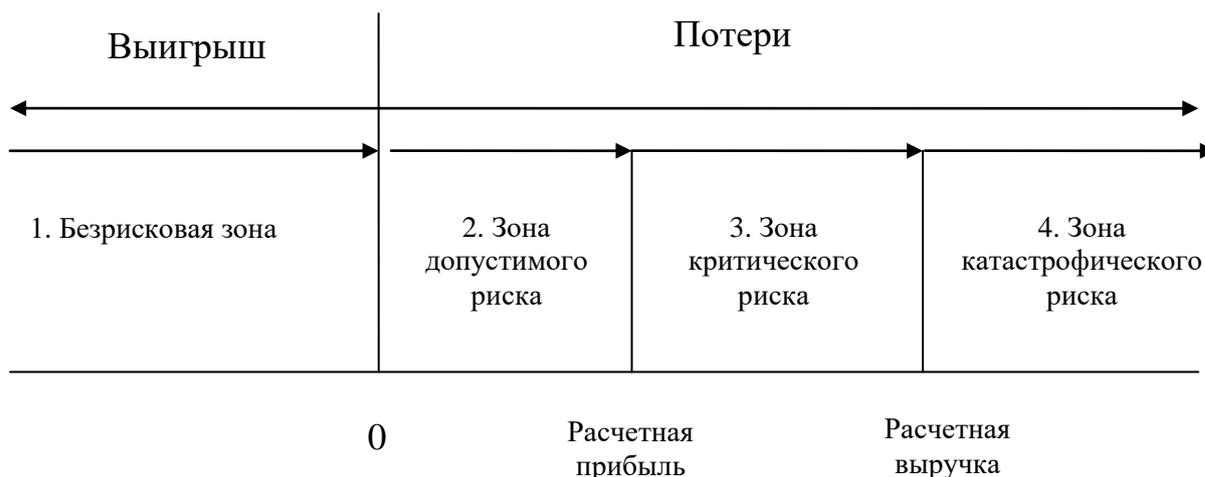
Преподаватель: Так как большинство экономических оценок и управленческих решений носит вероятностный и многовариантный характер, то ошибки и просчеты – вещь обычная, хотя и неприятная. Как мы уже говорили в начале занятия, проблема заключается не в том, чтобы искать дело без риска или избегать его, а в том, чтобы предвидеть риск и стремиться снизить его до возможно более низкого уровня. А для этого необходимо правильно управлять риском.

Управление риском состоит в прогнозировании неблагоприятных событий и принятии мер, до некоторой степени предупреждающих негативные последствия этих событий. Главная цель его – добиться, чтобы в самом худшем случае речь могла идти об отсутствии прибыли, а не о банкротстве предприятия.

Международный опыт свидетельствует, что причинами большинства банкротств являются грубые ошибки и просчеты в управлении. Поэтому предприниматели должны уделять большое внимание эффективному управлению риском.

Для оценки степени приемлемости риска следует, прежде всего, выделить определенные зоны риска в зависимости от ожидаемой величины потерь. Давайте рассмотрим схему «Зоны риска»

Схема «Зоны риска»



Область, в которой потери не ожидаются, называется **БЕЗРИСКОВОЙ ЗОНОЙ**.

ЗОНА ДОПУСТИМОГО РИСКА – область, в пределах которой величина вероятных потерь не превышает ожидаемой прибыли, т. е. коммерческая деятельность имеет экономическую целесообразность. Граница соответствует уровню потерь, равному расчетной прибыли.

ЗОНА КРИТИЧЕСКОГО РИСКА – это область возможных потерь, превышающих величину ожидаемой прибыли, т. е. предприниматель рискует не только не получить никакого дохода, но и понести убытки.

ЗОНА КАТАСТРОФИЧЕСКОГО РИСКА – область вероятных потерь, которые превосходят критический уровень и могут достигать величины, равной собственному капиталу предприятия, что может привести к банкротству.

Обучающиеся изучают схему «Зона риска» (задание 2 в рабочей тетради).

Преподаватель: Как вы думаете, какие могут быть причины возникновения предпринимательских рисков. Давайте вместе заполним таблицу в задании 3. Укажите в ней, какие могут быть причины неудач, и какие личностные и внешние факторы риска им соответствуют.

Обучающиеся рассуждают и заполняют таблицу.

Таблица «Причины возникновения рисков»

Причины неудач	Личностные факторы риска	Внешние факторы риска
1. Неправильный выбор предпринимательской идеи	Переоценены личные возможности и знания, ожидаемая конкурентоспособность товаров и услуг	Недооценены внешние условия (конкуренты, экономическая ситуация и т. д.)
2. Чрезмерные затраты на создание производства	Неэффективное руководство, неправильное организационное решение, принимаемое в ходе строительства и технического оснащения	Изменение цен на строительные материалы, ресурсы, технику и производства нужды
3. Низкая эффективность производства	Неэффективное производство (низкий технический и организационный уровень, низкая культура производства)	Изменение стоимости сырья, материалов, полуфабрикатов и электроэнергии
4. Низкий уровень сбыта	Неэффективное руководство (неудачная реклама, неэффективный маркетинг)	Усиление конкуренции, изменение спроса, неправильно выбранный канал сбыта
5. Нерационально используемая прибыль	Недостаточные вложения в развитие производства, маркетинг, ноу-хау	Увеличение налогов на прибыль

Преподаватель: Эксперты в области управления рисками выделили методы борьбы.

Преподаватель знакомит обучающихся с методами борьбы с рисками.

1) Профилактика. Исключение возможных источников опасности. Например, проверка сотрудников при приеме на работу, невыдача займов не вызывающим полного доверия заемщикам.

2) Отказ от действий и сокращение их объема. Если сократить ущерб до необходимого уровня не удастся, нужно пересматривать план действий.

3) Установление препятствий на пути осуществления угрозы. Это могут быть физические и инженерно-технические средства защиты от злоумышленников, криптозащита файлов в компьютерах от промышленных шпионов или выдача заемных средств под залог.

3) Локализация угрозы. Сокращение сферы действия угрозы: например, с помощью отключения от сети компьютеров, зараженных вирусом, или выведение из-под контроля «захваченного» холдинга его дочерних компаний.

4) Активное противодействие. Например, отражение вооруженного нападения силами охраны или подача иска по поводу законности приобретения пакета акций компании.

5) Резервирование ресурсов. Это может быть создание запасов финансовых ресурсов для возмещения ущерба – например, путем страхования, а также формирование так называемых «горячего» и «холодного» резервов производственных и людских ресурсов. «Горячий» резерв предполагает состояние готовности к немедленному использованию; «холодный» резерв – ресурсы, которые могут быть введены в строй за достаточно короткое время.

Имеются отдельные виды предпринимательской деятельности, в которых риск поддается расчету, количественной оценке, и где методы определения степени риска хорошо отработаны и в теории, и на практике (страховая деятельность, игорный бизнес).

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Сегодня мы с вами познакомились с темой «Риски». Сейчас вы выполните тест, результаты обсудим и проговорим, а также уточним те вопросы, которые оказались для вас сложными.

Обучающиеся выполняют задания 4, 5 в рабочей тетради.

Тест

1. Должен ли менеджер избегать риска, принимая решение?

- а. Да, должен.
- б. Нет, не должен.
- в. Менеджер должен не избегать риска, а управлять им.

2. Что означает понятие «чистый риск»?

- а. Все издержки, связанные с решением, минус вероятная прибыль.
- б. Вероятность получения убытка или нулевого результата.
- в. Правильных ответов нет.

3. Какие из перечисленных видов рисков относятся к инвестиционным?

- а. Экологический.
- б. Кредитный.
- в. Инфляционный.

4. Стратегическое планирование – это:

- а. Процесс выбора целей.
- б. Процесс выбора решений.
- в. Процесс выбора структуры.

5. Стратегические планы разрабатываются:

- а. Индивидуально.
- б. В пределах одного подразделения.

в. Общефирменными усилиями.

6. Как можно использовать стратегическое планирование для совершенствования управления?

а. Установить более современные цели и информировать о них служащих.

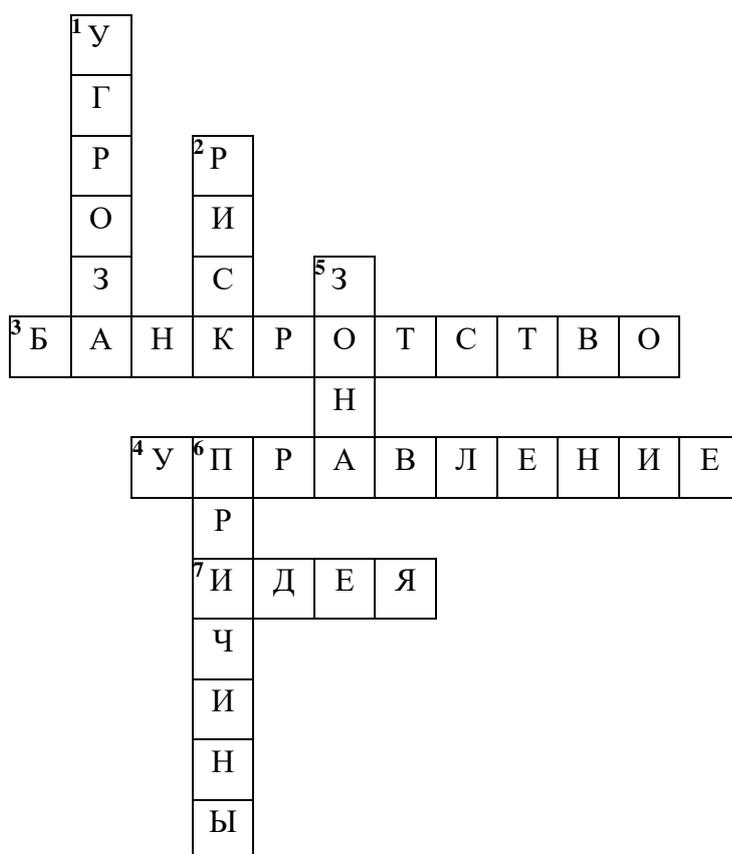
б. Повысить оплату труда.

в. Усовершенствовать коммуникации.

Ключ

1	2	3	4	5	6
в	б	в	а	в	а

Кроссворд



Вопросы

1. Возможная опасность, неприятность.
2. Вероятность убытков в виде дополнительных расходов или неполучения доходов.
3. Признание неспособности должника удовлетворить требования кредитора.
4. Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации.
5. Область вероятных потерь.
6. Явления, вызывающие возникновения рисков.
7. Интуиция профессионала, способного схватить ее на лету, а потом развить ее или «раскрутить», как говорится сегодня в шоу-бизнесе.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Риск – вероятность того, что предприниматель или организация в результате неудачного решения понесет ущерб в виде дополнительных расходов или неполучения доходов.

Чистый риск – риск, предполагающий только вероятность убытков.

Спекулятивный риск – риск, предполагающий вероятность, как прибылей, так и убытков.

Производственный риск – потери предпринимателя, обусловленные сокращением объемов производства продукции, ухудшением ее качества, ростом материальных и трудовых затрат.

Коммерческий риск – потери, возникающие в процессе реализации товаров и услуг.

Финансовый риск – потери, связанные с изменениями условий кредита, колебаниями валютных курсов и стоимости ценных бумаг, с неплатежеспособностью должников, непредвиденными затратами (из-за инфляции), ростом налогов, ростом цен на поставляемые материалы.

Природно-естественные риски, экологические – финансовые потери, вызванные стихийными бедствиями, экологическими катастрофами.

Политические риски связаны с возможными изменениями курса правительства, сменой приоритетов в его деятельности.

Допустимый риск – риск решения, в результате неосуществления которого предприятию грозит потеря прибыли. В пределах этой зоны предпринимательская деятельность сохраняет свою экономическую целесообразность, т. е. потери имеют место, но они не превышают размер ожидаемой прибыли.

Критический риск – риск, при котором предприятию грозит потеря выручки; т. е. зона критического риска характеризуется опасностью потерь, которые заведомо превышают ожидаемую прибыль и в крайнем случае могут привести к потере всех средств, вложенных предприятием в проект.

Катастрофический риск – риск, при котором возникает неплатежеспособность предприятия. Потери могут достигнуть величины, равной имущественному состоянию предприятия. Также к этой группе относят любой риск, связанный с прямой опасностью для жизни людей или возникновением экологических катастроф.

Литература

1. Авдошин, С.М. Информатизация бизнеса. Управление рисками / С.М. Авдошин, Е.Ю. Песоцкая. – М.: ДМК Пресс, 2011. – 176 с.
2. Воробьев, С.Н. Управление рисками в предпринимательстве / С.Н. Воробьев, К.В. Балдин. – М.: Дашков и К, 2013. – 482 с.
3. Домащенко, Д.В. Управление рисками в условиях финансовой нестабильности / Д.В. Домащенко, Ю.Ю. Финогенова. – М.: Магистр, ИНФРА-М, 2010. – 238 с.
4. Мамаева, Л.Н. Управление рисками: учеб. пособие / Л.Н. Мамаева. – М.: Дашков и К, 2013. – 256 с.
5. Плошкин, В.В. Оценка и управление рисками на предприятиях: учеб. пособие / В.В. Плошкин. – Ст. Оскол: ТНТ, 2013. – 448 с.
6. Рыхтикова, Н.А. Анализ и управление рисками организации: учеб. пособие / Н.А. Рыхтикова. – М.: Форум, 2012. – 240 с.
7. Стребел, П. Грамотные ходы. Как умные стратегия, психология и управление

рисками обеспечивают успех бизнеса / П. Стребел, Э. Олссон; пер. с англ. А. Столяров. – М.: Олимп-Бизнес, 2013. – 208 с.

Занятие 12–15. Деловая игра «Бизнес-план» (4 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – формирование умения разрабатывать бизнес-план собственной фирмы;
- **развивающие** – осознание необходимости развития предпринимательских идей в процессе разработки бизнес-плана при создании собственной фирмы;
- **воспитательные** – формирование качеств эффективного делового взаимодействия в ходе коллективной работы по принятию решений.

Основные понятия: бизнес-план, инвестор, поставщики, схема маркетинга, финансовый план.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся, рабочая тетрадь.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: Для закрепления и углубления знаний по вопросам «Предпринимательство», «Бизнес» и «Риски» мы с вами проведем деловую игру «Бизнес-план».

БИЗНЕС-ПЛАН – это экономически обоснованный аналитический документ, показывающий реальность планируемого дела. Бизнес-план разрабатывают при обосновании нового вида деятельности; при выходе новой или уже выпускаемой продукции на новые рынки; при необходимости привлечения инвесторов; при получении кредитов; при составлении планов финансовой деятельности; при росте объемов производства продукции.

Цель разработки бизнес-плана – спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайшее и отдельное время в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых инвестиций (ресурсов).

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: Бизнес-план помогает решить следующие задачи:

- определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки (кому мы адресуем свой товар) и место фирмы в этих рынках;
- сформировать долгосрочные и краткосрочные цели фирмы;
- выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации;
- оценить соответствие кадров фирмы и условий для мотивации их труда;
- определить состав маркетинговых мероприятий;
- оценить материальное и финансовое положение фирмы;
- предусмотреть трудности.

Бизнес-план обеспечивает анализ возможностей для каждого вида бизнеса в конкретной ситуации и четкое представление, каким образом может быть использован данный потенциал.



Ход игры

Этап 1.

1. Формирование команд-«фирм».

Ребята делятся на творческие группы, каждая группа выступает в роли учредителей фирмы. Название фирмы, характер деятельности определяются самостоятельно. Главное требование – максимальное моделирование реальной ситуации.

2. Распределение «ролей» внутри команд-«фирм».

3. Выбор главных направлений предпринимательства и его организационно-правовых форм: частное индивидуальное предприятие, полное товарищество, командитное товарищество, акционерное общество.

4. Определение продукта (услуги), который будет производить (оказывать) фирма, кто может стать потенциальным потребителем, почему целесообразно производить такую продукцию (оказывать услуги).

Примечание: Важным аспектом для написания бизнес-плана является ИДЕЯ. На первоначальном этапе обучающиеся затрудняются с выбором темы проекта, товара (услуги), который они будут производить (оказывать). Преподавателю в данном случае можно применить известные методы поиска новых идей: метод мозгового штурма, метод фокальных объектов (один из эффективных методов), метод КАРУС и т. п.

5. Заполнение анкеты описания основных характеристик товара или услуги.

Анкета «Основные характеристики товара»

1. Рыночная привлекательность. Товар будет востребован, так как большинство потребителей воспримут его как полезный (привлекательный).

- Товар недорогой, но подойдет не каждому.
- Предназначен для крайне ограниченной группы потребителей (например, для рыбаков, левшей).
- Предназначен для специфической, но достаточно большой группы (например, для родителей учеников).

- Практически неограниченный рыночный спрос – предназначен для крупных и разнообразных групп потребителей.

2. Размер. Если товар слишком большой, его трудно хранить и экспортировать.

- Для доставки необходим грузовик.

- С трудом помещается в шкафу.

- Удобен и транспортабелен – можно обойтись без транспорта.

- Уместится в небольшой сумке.

3. Срок годности. Черствые пирожки продать так же трудно, как и «хиты» прошлого года!

- Скоропортящийся продукт (может завянуть, растаять, зачерстветь и т. п.).

- Продукт сезонного спроса или предназначенный для особых случаев.

- Срок годности – не менее года.

- Неограниченный срок годности.

4. Безопасность. У детских игрушек не может быть мелких деталей или острых краев; косметические средства не должны содержать ингредиенты, которые могут вызвать аллергическую реакцию; недопустимо использование в производстве веществ и инструментов, опасных для здоровья и жизни.

- Чтобы использовать продукт без опасности для жизни и здоровья, потребитель должен пройти специальный курс обучения.

- Продукт имеет острые и режущие края.

- Продукт безопасен для людей при правильном использовании в соответствии с инструкцией.

- Продукт абсолютно безвреден – им мог бы пользоваться и младенец.

Этап 2.

Команды-«фирмы» описывают свое производство, используя анкету «Основные характеристики производства».

Анкета «Основные характеристики производства»

1. Поставщики. Предпочтение отдается сырью и материалам местного происхождения. Поставщики должны быть надежные и известные, доступные и стабильные как по качеству, так и по цене, местные и национальные компании и предприятия.

- все материалы куплены у разных поставщиков.

- большинство материалов легкодоступны, их можно приобрести у местных производителей, но некоторые придется заказывать.

- все материалы можно приобрести у одного поставщика.

2. Технологии. Желательно, чтобы в производственный процесс включались сложные технологии, предполагающие обучение кадров.

- продукт легок в изготовлении, но возможны незначительные ошибки и брак.

- продукция может собираться конвейерным способом.

- требуется специальная профессиональная подготовка.

3. Безопасность. Следует избегать опасного производства, промышленного оборудования и инструментов, использование которых сопряжено с возможностью несчастных случаев.

- производство, предполагающее потенциальную опасность и требующее соблюдение специальной техники безопасности.

- частичное использование опасного оборудования в специально оснащенных цехах.

- в производстве используются безопасные материалы и инструменты (т. е. станки оборудованы защитными кожухами и т. п.).

4. Занятость. В процесс производства желательно привлечь большое количество рабочих и специалистов и тем самым решать проблему занятости населения в вашем регионе.

- весь ассортимент товара может производить несколько человек.

- в производстве заняты только специалисты.

- производством деталей для продукции занимаются в отдельных цехах большое количество работников.

Этап 3.

Команды-«фирмы» составляют бизнес-план по определенной структуре.

Структура бизнес-плана:

1. Титульный лист
2. Содержание бизнес-плана
3. Резюме проекта
4. Характеристика бизнеса
5. Оценка рынка сбыта продукции (изделий, работ, услуг)
6. Оценка конкурентов
7. Маркетинг
8. План производства
9. Организационный план
10. Юридический план
11. Финансовый план
12. Оценка рисков и страхование
13. Дата и место разработки бизнес-плана
14. Авторские данные.

1. Титульный лист бизнес-плана – один из важных составляющих вашей работы.

Основное предназначение титульного листа бизнес-плана – составить первое представление о проекте, на который вы собираетесь получить финансирование.

Если титульный лист оформлен неграмотно, то потенциальный инвестор может так и не открыть бизнес-план, решив, что он не стоит внимания.

Напомним также, что чаще всего у инвесторов проходит перед глазами ежедневно большое количество подобных предложений.

Итак, титульный лист должен быть лаконичным и привлекательным.

Существуют общепринятые стандарты оформления титульного листа бизнес-плана:

Образец титульного листа

	Экз. № _____
	<u>КОНФИДЕНЦИАЛЬНО</u>
	УТВЕРЖДАЮ
	Должность: _____
	Ф.И.О.: _____
	« ____ » _____ г.
	(печать)
БИЗНЕС-ПЛАН	
Краткое название проекта: _____	
Полное название проекта: _____	
Разработчики проекта: _____	
	тел.: _____ ; факс: _____
	E-mail: _____
Руководитель проекта: _____	
	тел.: _____ ; факс: _____
	E-mail: _____
Дата начала реализации: _____	
Продолжительность (период расчета): _____	
Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные до начала проекта: _____	
Дата расчета проекта: _____	

3. Раздел «Резюме проекта» должен содержать краткое описание проекта с указанием основных параметров:

- цель и сущность проекта;
- характеристика технического решения;
- география проекта;
- сроки реализации проекта;
- сумма инвестиций по проекту;
- источники финансирования проекта;
- бюджет проекта (планируемый год);
- инициатор проекта.

4. Раздел «Характеристика бизнеса» должен содержать:

- цели деятельности компании (фирмы);
- описание технологии;
- описание оборудования;
- описание продукции (изделий, работ, или услуг);
- направление использования продукции (ее применения).

5. Раздел «Оценка рынка сбыта продукции (изделий, работ, услуг)» должен содержать:

- описание внутреннего рынка;
- описание типичного покупателя;

- целевое назначение продукции;
- цикл использования вашей продукции;
- описание регионального, государственного и мирового рынков.

6. Раздел «Оценка конкурентов» должен содержать:

- преимущества вашей продукции по сравнению с конкурирующей на рынке;
- сравнение цены на вашу продукцию с конкурирующей;
- сравнение условий продаж;
- список главных конкурентов и оценка качества их продукции;
- объем продаж конкурентов;
- анализ ошибок конкурентов.

7. Раздел «Маркетинг» должен содержать:

- схему распространения продукции;
- организацию рекламы;
- методы стимулирования продаж;
- организацию послепродажного обслуживания клиентов.

8. Раздел «План производства» должен содержать:

- сведения о том, где будет выпускаться продукция;
- необходимое сырье, материалы и оборудование;
- объем предполагаемого производства;
- сведения о поставщиках сырья и оборудования.

9. Раздел «Организационный план» должен содержать:

- информацию о том, с кем будет вестись планируемый бизнес;
- список необходимых специалистов (профиль, образование, опыт, количество);
- заработную плату.

10. Раздел «Юридический план» должен содержать:

- форму собственности и правовой статус компании (АО, товарищество и т. д.);
- общую характеристику организации;
- динамику роста финансово-хозяйственной деятельности организации.

11. Раздел «Финансовый план» должен содержать:

- себестоимость единицы продукции;
- планируемую отпускную цену единицы продукции;
- прогнозы объема производства;
- затраты, необходимые для начала производства.

12. Раздел «Оценка рисков и страхование» должен содержать:

- рыночный риск: будет ли в будущем существовать рынок? Будет ли рынок расти такими темпами, которые станут способствовать вашему бизнесу? Является ли ваша норма валовой прибыли достаточной, чтобы вы смогли выдержать ценовую войну, если таковая будет иметь место?

- внешний риск: какова вероятность того, что кто-то или что-то (правительство, профсоюзы, субподрядчики, транспорт и т. д.) остановит или замедлит работу предприятия? Есть ли у вас предложения по решению этих проблем?

- внутренний риск: достаточно ли у вас персонала, чтобы предприятие могло нормально функционировать? Если нет, то есть ли возможность его получить своевременно и на выгодных условиях?

- ресурсный риск: будет ли иметь место достаточное количество клиентов, материалов или продукции в течение периода, существенно превышающего сроки погашения затрат

финансовых ресурсов? Достаточно ли у партнеров финансовых, людских и интеллектуальных ресурсов для полного завершения намеченного проекта?

Этап 4. Защита проектов.

Каждый проект представляется в виде презентаций (если есть возможность использовать мультимедийную технику, то команды могут сделать компьютерные презентации, либо можно предоставить обучающимся ватман и фломастеры).

1. «Визитная карточка фирмы».

1.1. Название фирмы, его обоснование. Оно должно отражать характер выбранного направления деятельности.

1.2. Товарный знак (технический) фирмы. Он должен соответствовать названию, быть оригинальным и красочным.

1.3. Представление фирмы. Главные требования: оригинальность, красочность, эмоциональность, доступность восприятия, грамотность.

2. «Ознакомление с деятельностью фирмы».

Представители фирмы знакомят со своей деятельностью по направлениям, которые оговариваются заранее. Главная цель – более глубоко изучить сущность предпринимательства, ознакомиться с понятиями издержек, прибыли, установить, каким образом предприниматель превращает товар в деньги, а деньги в товар.

2.1. Организационная форма предприятия: обоснование, характеристика. Обучающиеся коротко обосновывают, почему для данного вида деятельности более всего подходит выбранная ими форма организации предприятия.

2.2. Как возникло предприятие? Этапы его организации. Организационная структура, управление, распределение обязанностей.

2.3. Стартовый (уставной) капитал. Источники формирования, величина капитала, счет в банке, использование кредита.

2.4. Маркетинг-план:

2.4.1. Предполагаемые конкуренты, их оценка.

2.4.2. Потенциальные потребители продукции или услуг данной фирмы.

2.4.3. Новизна товара или услуги. Методы стимулирования продаж. Способы, которыми фирма будет добиваться хорошей репутации своих товаров и услуг.

2.5. Производственная программа:

2.5.1. Материально-техническое обеспечение (взято в аренду, куплено на собственные деньги или с использованием кредита).

2.5.2. Формирование затрат и проблема ценообразования. От учащихся не требуется точных расчетов издержек (себестоимости) и коммерческого ценообразования. В лице представителей фирм на условных примерах они должны показать знание основных экономических понятий: издержки, цена, прибыль, выручка.

2.5.3. Экономические связи с другими фирмами: где, у кого, на каких условиях будут закупаться сырье, материалы; какова репутация поставщиков; есть ли связь с иностранными фирмами.

2.5.4. Перспективы развития фирмы (прогноз на будущее).

2.6. Социальная программа фирмы: уровень оплаты труда, забота предприятия о своих работниках, спонсорство и др.

3. «Вопросы экспертов».

Обсуждение бизнес-плана или непосредственно переговоры. В процессе переговоров экспертные группы поэтапно анализируют представленный бизнес-план, находя в нем

«слабые места», стараясь оценить размер возможной отдачи от проекта. Обсуждение ведется по схеме «вопрос – ответ». Положительно оцениваются вопросы, непосредственно вытекающие из содержания бизнес-плана, и ответы, грамотно и аргументировано проясняющие проблему.

Примерные вопросы:

1. Не противоречит ли законодательству первоначальный этап деятельности предприятия?
2. Как предприятие управляет рисками?
3. Почему фирма уверена, что ее продукция (услуга) найдет спрос?
4. Как предприятие полагает использовать полученную чистую прибыль?
5. Какие формы поощрения своих работников использует фирма?
6. Как удастся выдерживать конкуренцию однотипных с фирмой предприятий?
7. Имеет ли предприятие валютные счета? Как использует их?

4. «Подведение итогов».

Подведение итогов игры.

Пример 1

БИЗНЕС-ПЛАН

оказания транспортных услуг

Иванов Иван Иванович, 01 января 1955 года рождения, проживающий по адресу Пермь, Ленина 66-409, паспорт V-ВГ № 123456, выдан 1 января 1975 года.

ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА

Я планирую заняться оказанием транспортных услуг собственным транспортом, соответствующую профессиональную подготовку и стаж работы имею.

Мною найден клиент «Трест № 1», который самостоятельно предложил мне оказывать ему подобные услуги. «Тресту № 1» требуются услуги по перевозке длинномерных грузов на специализированной машине с погрузчиком. Трест ранее заказывал эти услуги в автоколонне, в которой я работал. В автоколонне была одна специализированная машина, она была загружена полностью, временами дополнительная машина заказывалась на стороне.

После продажи автоколонны спецтехника оказалась в Ивановске. Ивановское управление отказалось обслуживать трест, т. к. нашло заказчиков на месте. Тресту также невыгодно заказывать технику в Ивановске в силу отдаленности.

Трест готов обеспечивать полную загрузку специализированной машины, если она будет принадлежать предпринимателю. Брать меня в штат и покупать технику трест не намерен, т. к. транспортные перевозки он не осуществляет и не имеет соответствующей инфраструктуры (в парке треста только легковые машины).

Трест готов заказывать машину на условиях почасовой оплаты. Полная загрузка будет обеспечена, т. к. трест испытывает острую нехватку машин, случаются длительные простои ввиду невозможности заказа машины. Сейчас машины заказываются в различных организациях по мере возможности. В настоящее время трест увеличивает объемы работ.

Я нашел возможность обменять имеющуюся у меня легковую машину на необходимую специализированную машину с манипулятором.

Перевозка грузов треста производится с учетом специфических правил укладки длинномерных грузов, данные правила мне хорошо знакомы в силу длительной работы в автоколонне.

Все подготовительные этапы займут у меня 1,5–2 месяца.

ОРГАНИЗАЦИЯ

Я буду регистрироваться предпринимателем без образования юридического лица. Услуги буду оказывать без привлечения наемных работников. Бухгалтерию буду вести самостоятельно.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Считаю, что бизнес будет успешным в силу следующего:

- потенциальный клиент испытывает острую потребность в услуге;
- клиент платежеспособен;
- клиент занимается таким видом бизнеса, который гарантирует его платежеспособность и в будущем;
- я имею большой опыт по оказанию этой услуги;
- я хорошо знаю клиента и его требования по предыдущей работе;
- я проживаю недалеко от базы клиента (4 километра), гораздо ближе, чем потенциальные конкуренты;
- потенциальные конкуренты не имеют машин в постоянной готовности, услуги на сторону оказывают только при наличии свободной машины.

РИСКИ

Мой бизнес подвержен действию следующих факторов риска:

- рост цен на горюче-смазочные материалы;
- серьезная поломка автомобиля, требующая больших затрат на ремонт;
- изменение планов треста и перенос его базы в место, значительно удаленное от моего места жительства;
- появление конкурентов.

РАСХОДЫ ПО СОЗДАНИЮ БИЗНЕСА

35 000 рублей – приобретение спец.автомобиля;

7 500 рублей – регистрация и налог на приобретение автомобилей;

600 рублей – оплата лицензии;

3 900 рублей – первоначальное приобретение ГСМ;

ИТОГО – 47 000 рублей;

Собственные средства – 35 000 рублей (личная автомашина ВАЗ-21099);

Субсидия – 12 000 рублей.

РАСЧЕТ ДОХОДА

Клиент готов оплачивать услуги по твердому часовому тарифу 200 рублей в час.

В период работы в автоколонне машина была загружена в среднем по 200 часов в месяц. Такой же уровень загрузки я планирую и в настоящее время.

В договоре с клиентом будут содержаться ограничения:

- часовой пробег в размере (не более 200 км за восьмичасовой рабочий день);
- работа спецоборудования не более 2 часов за восьмичасовой рабочий день.

ДОХОД

200 руб./час * 200 часов = 40 000 рублей в месяц.

РАСХОДЫ

Расход горюче-смазочных материалов:

автомобиль – 45 л на 100 километров;

спецоборудование – 6 л в час.

Дневной расход ГСМ – не более 102 литров (45 л / 100 км * 200 км + 6 л * 2 ч).

Месячный расход ГСМ при 200 часах работы – 2550 л (200 ч / 8 ч в день * 102 л).

Цена ГСМ (дизтопливо) – 6,7 руб./литр

Стоимость ГСМ – 17 085 рубля (6,7 руб. * 2550 л)

Масло – 100 л в месяц

Цена масла – 60 рублей.

Стоимость масла – 6 000 рублей (100 л * 60 руб.)

Литол – 10 кг в месяц

Цена литола – 60 рублей.

Стоимость литола – 600 рублей (10 кг * 60 руб.)

Ремонт – 5 000 рублей.

ИТОГО расходы – 28 685 рублей.

Транспортные услуги попадают под налогообложение по вмененному доходу: оказание автотранспортных услуг субъектами малого предпринимательства с численностью работающих до 100 человек (за исключением оказания на коммерческой основе услуг по перевозке пассажиров маршрутными такси).

Грузоперевозки: грузоподъемность 5 и более тонн – 3000 руб./ ед. транспорта.

Налог составляет 20% – 600 рублей.

ИТОГО расходы с налогами – 29 285 рублей.

ПРИБЫЛЬ – 10 715 рублей.

Пример 2

БИЗНЕС-ПЛАН

МАГАЗИН ЗООТОВАРОВ: РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА

Процедура открытия зоомагазина начинается с регистрации предприятия – ПБОЮЛ или ООО.

В графе «сфера деятельности» стоит записать не только розничную торговлю, но и оказание услуг населению – сюда входит консультационная деятельность, выездная торговля. Это пригодится, если покупатель захочет не просто купить аквариум, но и закажет его доставку, установку и обустройство.

Для торговли товаром, подлежащим лицензированию (живыми кормами, кормами для собак и кошек, вакцинами и др.), необходимо получать лицензию. Не требуется лицензии для продажи амуниции, аквариумов и др. Справки на животных должны быть обязательно, нужно следить за правильностью их оформления.

МАГАЗИН ЗООТОВАРОВ: МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ

Второй важный момент – это месторасположение будущего зоомагазина. Главное условие, чтобы поблизости не было конкурентов. Конечно, желательно, чтобы магазин находился в проходимых местах, на пересечении транспортных или, в крайнем случае, пешеходных магистралей. Минимальная площадь – от 16 м². Площадь магазина зависит от

ассортимента, от чего в свою очередь зависит и выручка. Минимальная стоимость аренды начинается от 20 тысяч рублей.

МАГАЗИН ЗООТОВАРОВ: АССОРТИМЕНТ И ПОСТАВЩИКИ

Минимальный стартовый капитал для открытия зоомагазина – 380–500 тысяч рублей. Окупаемость в среднем – 1,5–2 года. Ежемесячная прибыль может составить около 20 тысяч рублей при товарообороте в 90 тысяч рублей.

Наибольшую прибыль приносят товары собачье-кошачьего ассортимента, однако здесь очень велика конкуренция. В последние 5 лет стала приносить прибыль аквариумистика. Торговля редкими рыбами, кормами, ветпрепаратами, оборудованием для аквариумов стала весьма доходным бизнесом.

Таблица «Зоотовары, пользующиеся повышенным спросом»

Наименование
Корма для собак
Корма для кошек
Наполнитель для кошачьих туалетов
Средства от насекомых и клещей (в т. ч. ошейники)
Шампуни для животных
«Косточки» и другие лакомства, игрушки
Амуниция для собак
Переноски для кошек, клетки и др.

Что касается поставщиков, то лучше не останавливаться на товарах одной фирмы, а покупать продукцию в разных фирмах, выбирая, где дешевле цены и шире ассортимент. Владельцу магазина стоит самому ездить на переговоры с поставщиками, чтобы оценить товар и договориться о лучших условиях. Минимальная сумма, требуемая на закупку товара, составит от 200 тысяч рублей.

МАГАЗИН ЗООТОВАРОВ: ПЕРСОНАЛ

Законом установлено, что в штате зоомагазина обязательно должен находиться ветврач.

Найти специалиста не проблема. Главное, проинформировать клиентов о часах его приема. Это повысит престиж магазина и привлечет к нему дополнительных клиентов.

Кроме ветврача магазину потребуются продавцы. Желательно, чтобы их было по двое в каждую смену. Квалификация продавца имеет большое значение, он должен хорошо разбираться в продукции, которую продает, при необходимости дать совет. В среднем по городу зарплата продавца в зоомагазине – 10 тысяч рублей. Общий зарплатный фонд магазина (продавцы, бухгалтер, директор) составит около 85 тысяч рублей.

Иногда неплохой эффект дает, когда сам владелец становится за прилавок. Это позволяет отслеживать нужды и предпочтения потребителей.

МАГАЗИН ЗООТОВАРОВ: ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА

Большое значение имеет оформление магазина. Когда покупатель заходит в магазин, он должен точно определить его специфику. Витрины для кошек и для собак должны быть оформлены отдельно. На стенах и прилавках обязательно должна быть представлена справочная информация, что привлечет покупателей и предупредит их вопросы. Обязательно

надо выделить часть товара для дегустации. Хозяин даст попробовать своему коту или собаке и решит, покупать товар или нет.

МАГАЗИН ЗООТОВАРОВ: ПРОДВИЖЕНИЕ

Продвигать свой магазин можно с помощью небольших и не затратных рекламных акций. Например, в качестве промо продемонстрировать новое оборудование или приспособление. Посетители смотрят, а затем покупают устройство. Таким образом хорошо продвигать оборудование для чистки аквариумов.

На этом виде бизнеса сильно сказывается сезонность. Спад продаж отмечается в летнее время и в новогодние праздники.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения.

Маркетинг-план – одна из важных частей плана компании, а процесс планирования маркетинга должен осуществляться как часть общего процесса планирования и составления бюджета фирмы.

Литература

1. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учеб. пособие / В.П. Буров. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 192 с.
2. Орлова, Е.Р. Бизнес-план / Е.Р. Орлова. – М.: ОМЕГА, 2005.
3. Как правильно составить бизнес-план [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.URL: http://www.video-uroki-online.com/raznoe/biznes/kak_pravilno_sostavit_biznes_plan/](http://www.video-uroki-online.com/raznoe/biznes/kak_pravilno_sostavit_biznes_plan/)

Занятие 16–17. История и сущность страхования (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с основными понятиями системы страхования, историей возникновения страхования и его видами;
- **развивающие** – формирование представления о системе страхования;
- **воспитательные** – формирование нравственных качеств;

Методические приемы: создание проблемной ситуации, приемы технологии развития критического мышления.

Основные понятия: страхование, страховой случай, страховщик, страхователь, застрахованный, страховая сумма, страховая премия, страховой полис.

Оборудование: рабочая тетрадь для обучающихся.

Структура и ход занятия

1. **Организационный момент.** Преподаватель приветствует обучающихся.
2. **Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.**

Преподаватель: 1666 год оставил страшный след в памяти Лондона и был назван годом Великого лондонского пожара. Огонь быстро распространялся из-за сильного ветра, люди отказывались от попыток тушения пожара и убегали. Огонь сметал все на своем пути, разоряя мануфактурщиков и купцов. На восстановленном пепелище зарождались первые идеи о необходимости создания новой системы, которая впоследствии стала называться страхованием. Впервые стали создаваться фонды для последующего использования средств на случай непредвиденных ситуаций. Исходя из этого, Англия стала родиной страхования в современном смысле этого слова.

Поэтому страхование – древнейшая категория общественных отношений. Изначально смысл данного понятия связывали со словом «страх». Владельцы имущества в процессе производственных отношений испытывали страх за его сохранность. Какие события могли явно способствовать уничтожению и утрате имущества?

Обучающиеся отвечают: стихийные бедствия, пожары, грабежи, военные действия и др.

Преподаватель: Абсолютно верно, а теперь посмотрим, какие основные исторические факты присущи развитию системы страхования в России.

3. Этап получения новых знаний.

История страхования в России

Преподаватель: До конца XVIII в. страхование в России развивалось медленно, потребности в страховой защите покрывались услугами иностранных страховых компаний. В 1765 г. в Риге было основано первое общество взаимного страхования от огня. Что неудивительно: практически все строения тогда были деревянными. В других русских городах в XVIII в. страхования не существовало (исключение составлял Санкт-Петербург). Во второй половине XVIII в. значительное число домов аристократии страховалось за границей.

Екатерина II предприняла попытку создания государственного страхования. Манифест 1786 года «Об учреждении государственного заемного банка» запрещал страховать имущество в иностранных компаниях. При учрежденном банке была открыта Государственная страховая экспедиция. Важной целью этого предприятия было препятствие утечке капитала из страны. К сожалению, страховая экспедиция вскоре закрылась, поскольку казна пополнялась, а клиенты должным образом свои потребности в страховании не удовлетворяли.

В 1812 году, когда война уничтожила Москву и безжалостно выжгла другие города, вновь возникла потребность в страховании. Так появилось Первое страховое общество.

Начавшаяся в 1914 г. Первая мировая война и последовавшие за ней крупнейшие политические и экономические потрясения в российском обществе привели в конечном итоге к развалу страховой системы. И только в начале 20-х годов российское страхование стало восстанавливаться и развиваться высокими темпами. До сих пор система страхования постоянно совершенствуется и проходит определенные этапы.

Сущность страхования

Преподаватель: Таким образом, как бы вы сформулировали понятие «страхование»?

Обучающиеся размышляют.

Преподаватель: Правильно, страхование – это некий принцип перераспределения денежных средств страхователей в пользу лиц, у которых наступил страховой случай.

Давайте вместе с Ярославом и Татьяной назовем примеры страховых случаев из современной жизни.

Обучающиеся выполняют задание 1 в рабочей тетради.

Преподаватель: Давайте выясним, кто является страхователем, а кто – страховщиком?

Обучающиеся выполняют задание 2 в рабочей тетради.

Страхователь – физическое или юридическое лицо, уплачивающее денежные (т. е. страховые) взносы и имеющее право по закону или на основе договора получить денежную сумму при наступлении страхового случая.

Страховщиком в данном случае выступает организация (юридическое лицо), проводящая страхование, принимающая на себя обязательство возместить ущерб или выплатить страховую сумму и действующая на основании лицензии.

И в итоге кто является застрахованным?

Обучающиеся отвечают.

Преподаватель: То есть физическое лицо, жизнь, здоровье и трудоспособность которого выступают объектом страховой защиты.

Преподаватель: Следует также различать страховую сумму и страховую премию.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно с преподавателем задание 3 в рабочей тетради.

Преподаватель: СТРАХОВАЯ СУММА – это денежная сумма, на которую как раз и застрахованы материальные ценности, жизнь, здоровье, трудоспособность. А плата за страхование, которую страхователь обязан внести страховщику в соответствии с договором страхования или законом, называется страховым взносом (или премией).

По форме проведения страхование может быть обязательным (в силу закона) и добровольным.

Кто выступает инициатором обязательного страхования?

Обучающиеся отвечают: Государство.

Преподаватель: Все верно, государство в форме закона обязывает юридических и физических лиц вносить средства для обеспечения общественных интересов.

А кто тогда выступает инициатором добровольного страхования?

Обучающиеся размышляют.

Преподаватель: Безусловно, это хозяйствующие субъекты, физические и юридические лица.

Поскольку мы изначально рассмотрели такой риск, как пожар, приведем следующий пример: стоимость дома, который застраховали родители Татьяны, составляет 2 млн руб. В результате пожара погибло имущество, т. е. убыток страхователя составил 2 млн руб. Величина страхового возмещения также составила 2 млн руб.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно с преподавателем задание 4 в рабочей тетради.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Мы сегодня с вами познакомились с новой для вас темой «Страхование». Давайте проверим, как мы усвоили ее. Выполните в рабочих тетрадях задание 5, в котором вам необходимо ответить на 10 тестовых вопросов.

Обучающиеся выполняют задание 5 в рабочей тетради.

Тест

1. Одним из первых массовых видов страхования в дореволюционной России являлось:

- а. Страхование жизни.
- б. Страхование ответственности мореплавателей.
- в. Страхование от огня.

2. Для страховой деятельности характерны отношения:

- а. Производительные.
- б. Распределительные.
- в. Перераспределительные.
- г. Товарные.

3. Подберите определения для следующих участников процесса страхования.

Таблица «Участники процесса страхования»

1. Застрахованный	А) Организация (юридическое лицо), проводящая страхование, принимающая на себя обязательство возместить ущерб или выплатить страховую сумму и действующая на основании лицензии.
2. Страхователь	Б) Физическое лицо, жизнь, здоровье и трудоспособность которого выступают объектом страховой защиты.
3. Страховщик	В) Физическое или юридическое лицо, уплачивающее денежные (страховые) взносы и имеющее право по закону или на основе договора получить денежную сумму при наступлении страхового случая.

4. Выберите основных субъектов страхового рынка:

- а. Страховщик и государство.
- б. Страховщик и страхователь.
- в. Страховщик и выгодоприобретатель.

5. Подберите определения для следующих основных понятий, с которыми мы сталкиваемся в процессе страхования:

1. Страховая сумма	А) Плата за страхование, которую страхователь обязан страховщику в соответствии с договором страхования или законом.
2. Страховой взнос (премия)	Б) Именной документ, подтверждающий заключение договора страхования, выдаваемый страховщиком страхователю (застрахованному).
3. Страховой полис	В) Именной документ, подтверждающий заключение договора страхования, выдаваемый страховщиком страхователю (застрахованному).

6. Страховые отношения могут возникать (может быть несколько вариантов ответа):

- а. По устной договоренности между заинтересованными сторонами.
- б. По договору между страхователем и страховщиком.
- в. В силу закона.

7. Страхование в силу закона называется:

- а. Добровольным.
- б. Облигаторным.
- в. Обязательным.

8. Страховая защита материализуется в форме:

- а. Страхового взноса.
- б. Страховой суммы.
- в. Страховой выплаты.

9. Что является страховым продуктом?

- а. Специальные условия страхования, предназначенные для заранее определенной группы страхователей.
- б. Страховой договор.
- в. Страховой полис.
- г. Реклама.

10. Таким образом, страхование – это (может быть несколько вариантов ответа):

- а. Разновидность услуг.
- б. Вид бизнеса.
- в. Форма финансовой взаимопомощи.
- г. Способ аккумуляирования средств.
- д. Форма защиты.

Ключ

1	2	3	4	5
в	в	1б; 2в; 3а	б	1в; 2а; 3
6	7	8	9	10
б, в	в	в	а	а, б, д

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Страхование – отношения между страхователем и страховщиком по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов.

Страхователь – физическое или юридическое лицо, уплачивающее денежные (страховые) взносы и имеющее право по закону или на основе договора получить денежную сумму при наступлении страхового случая.

Страховщик – организация (юридическое лицо), проводящая страхование, принимающая на себя обязательство возместить ущерб или выплатить страховую сумму и действующая на основании лицензии.

Застрахованный – физическое лицо, жизнь, здоровье и трудоспособность которого выступают объектом страховой защиты.

Страховая сумма – денежная сумма, на которую застрахованы материальные ценности, жизнь, здоровье, трудоспособность.

Страховой взнос (премия) – плата за страхование, которую страхователь обязан внести страховщику в соответствии с договором страхования или законом.

Страховой полис – именной документ, подтверждающий заключение договора страхования, выдаваемый страховщиком страхователю (застрахованному).

Литература

1. Архипов, А.П. Страхование: современный курс: учебник / А.П. Архипов, В.Б. Гомеля, Д.С. Туленты. – М.: Финансы и статистика, 2007.

2. Ефимов, С.Л. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование / С.Л. Ефимов. – М.: ИНФРА-М, 1998.

3. Страховое дело [Электронный ресурс]: учебник. – Режим доступа: www.URL: http://uchebnik.biz/

Занятие 18–19. Виды страхования (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с основными видами страхования;
- **развивающие** – формирование представления о системах имущественного страхования, страхования ответственности и страхования жизни;
- **воспитательные** – формирование нравственных качеств.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, приемы технологии развития критического мышления.

Основные понятия: имущественное страхование, КАСКО, медицинское страхование, страхование ответственности, ОСАГО, страхование жизни, пенсионное страхование.

Оборудование: рабочая тетрадь для обучающихся.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: Давайте с вами попробуем разобраться, какие вообще существуют отрасли и виды страхования.

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: Для этого выполним задание 1. Соотнесите виды страхования с его отраслью.

Обучающиеся выполняют задание 1 в рабочей тетради.

Схема «Виды и отрасли страхования»



Преподаватель: подводит итог выполнению задания и делает вывод.

Преподаватель: А теперь более подробно рассмотрим имущественное страхование, которое представляет собой страхование ущерба от повреждения или утраты какого-либо имущества. Объектами страхования здесь могут выступать автомобиль, квартира или дача (страхование жилой и нежилой недвижимости), здоровье (добровольное медицинское страхование).

КАСКО

В качестве примера давайте рассмотрим известное всем КАСКО – комплексное страхование автотранспортных средств. В основном договор страхования заключается на срок до 1 года. Объектом страхования является автотранспортное средство и дополнительное оборудование. По договору страховщик возмещает в пределах страховой суммы убытки, возникшие в результате повреждения, полной гибели или утраты застрахованного средства транспорта в целом либо отдельных его деталей. Давайте совместно сформулируем возможные страховые случаи по договору КАСКО.

Теперь самостоятельно укажите их на схеме в рабочей тетради.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно задание 2 в рабочей тетради.

Преподаватель: Таким образом, основными страховыми случаями могут являться: авария, пожар, стихийное бедствие, угон, кража и повреждение деталей, попадание камней, падение предметов и другие несчастные случаи.

Важно отметить, что если о наступившем страховом случае не заявлено в срок, установленный страховой компанией, то это является поводом отказа в возмещении ущерба. К тому же, если угнанный автомобиль нашелся, а возмещение за угон получено, то придется вернуть эту сумму в страховую компанию или передать найденный автомобиль страховщику вместе с правом собственности.

Страхование недвижимости

Преподаватель: Важным условием договора страхования недвижимости является определение характера события, на случай наступления которого осуществляется страхование.

Давайте теперь совместно подумаем: от каких рисков может быть застраховано имущество?

Самостоятельно внесите возможные страховые случаи по договору имущественного страхования в схему.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно задание 3 в рабочей тетради.

Преподаватель: Самыми распространенными рисками являются пожары, взрывы, стихийные бедствия (наводнение, землетрясение, буря, ураган, смерч, ливень, град и др.), а также противоправные действия третьих лиц (поджог, ограбление).

Так, например, для недвижимости, находящейся за городом, распространенным страховым риском являются противоправные действия третьих лиц, тогда как для городских квартир наиболее часто встречающаяся опасность – залив квартир.

Как мы уже усвоили, на размер страховой премии могут повлиять вид и характеристики имущества, принимаемого на страхование, условия использования имущества, страховые риски и многое другое.

Родители Ярослава застраховали от пожара собственный дом сроком на год и на сумму 2 000 000 руб. Страховая компания, в которую они обратились, рассчитала тариф 0,25%. Таким образом, страховая премия составит 5000 руб., поэтому, заплатив всего 5000 руб., родители Ярослава получают полноценную защиту своего недвижимого имущества.

Страхование здоровья

Преподаватель: Страхование здоровья – популярный и необходимый вид страхования. Медицинские услуги достаточно дорого стоят, а здоровым хочется быть каждому. Чтобы не тратить денежные суммы на врачей, можно за гораздо меньшую сумму застраховать свое здоровье. Страхование здоровья подразумевает бесплатное покрытие всех расходов на лечение в больнице, если вы вдруг заболели или вашему здоровью был нанесен вред. Страхование здоровья предполагает выплаты в случае смерти страхователя, что значительно может облегчить материальное состояние семьи в тяжелый момент.

Существуют такие страховки, которые позволяют лечиться, даже если вы находитесь за рубежом. А для деловых людей, постоянно находящихся в зарубежных командировках, это очень актуальная программа страхования.

Объектом страхования здоровья выступают имущественные интересы застрахованного человека, связанные со здоровьем и жизнью, в результате заболевания, несчастного случая или смерти.

Страхование здоровья – дело добровольное, ведь каждый человек сам отвечает за свое здоровье.

Страхование ответственности

Преподаватель: Страхование ответственности помогает снизить потери третьих лиц, которым в силу сложившейся ситуации страхователем был нанесен вред. Ярким примером здесь может служить известное всем обязательное страхование автогражданской ответственности (ОСАГО).

В страховании ответственности логика простая: если я нанес ущерб третьему лицу, то по моей вине оно несет материальные потери, и моя страховая компания должна их компенсировать. И наоборот, если ваш автомобиль пострадал в результате ДТП, то страховая компания виновника аварии должна компенсировать вам затраты на его ремонт. К этой категории страхования относятся и пожары. Если человек, по вине которого сгорел ваш дом, застраховал ответственность, у вас есть шанс получить целиком стоимость дома.

Страхование жизни

Преподаватель: СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ – подотрасль личного страхования, включающая в себя совокупность видов страхования, по условиям которых страховщик выплачивает застрахованному лицу или его правопреемнику определенную денежную сумму при дожитии застрахованного до определенного возраста, события или даты, либо в случае его смерти.

Страхование жизни помогает решить целый ряд возможных социальных и финансовых проблем, а вот каких проблем, мы с вами выясним, выполнив задание в рабочей тетради. Составьте схему «Виды страхования жизни». Укажите, какие проблемы помогает решить данный вид страхования.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно задание 4 в рабочей тетради.

Преподаватель: Все правильно, страхование жизни помогает решить следующие проблемы:

- обеспечить финансовую защиту семьи в случае потери кормильца и утраты дохода умершего члена семьи;
- материально обеспечить в случае временной или постоянной утраты трудоспособности (инвалидность);
- оплатить ритуальные услуги;
- обеспечить защиту наследства.

К страхованию жизни относятся такие виды, как:

- страхование на дожитие;
- страхование на случай смерти;
- страхование жизни рисковое (например, на случай смерти и утраты трудоспособности);
- страхование детей и др.

Пенсионное страхование является частым случаем страхования риска дожития, т. е. дожития до пенсионного возраста, который можно установить лично для себя, не дожидаясь установленного государством (например, 45 лет). Взносы, уплаченные страховой компании в течение 15–20 лет плодотворной работы, могут позволить вам уже в 45 лет уйти на пенсию и заняться любимым делом.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Итак, мы с вами рассмотрели основные виды страхования. Выполните, пожалуйста, тест из задания 5 в рабочей тетради. Можете совещаться.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно задание 5 в рабочей тетради.

Тест

1. Что является объектом обязательного медицинского страхования?

- а. Риск гибели.
- б. Риск несчастного случая.
- в. Риск заболевания.
- г. Риск непредвиденных расходов на лечение.

2. Субъектами имущественного страхования являются:

- а. Все владельцы какого-либо имущества.
- б. Дееспособные физические лица, заключившие договоры страхования имущества.
- в. Государственные органы, регулирующие страховую деятельность.

3. Объектами страхования ответственности являются:

- а. Убытки от предпринимательской деятельности.
- б. Жизнь, здоровье и трудоспособность граждан, заключивших договор страхования.
- в. Ответственность застрахованных лиц за причинение вреда или неисполнение договора.
- г. Застрахованное имущество граждан и юридических лиц.

4. Что является страховым случаем при страховании ответственности:

- а. Страховой случай с пострадавшим.
- б. Иск пострадавшего.
- в. Возникновение обязанности застрахованного возместить ущерб.

5. Является ли страхование от несчастных случаев рисковым?

- а. Да.
- б. Нет.

Ключ

1	2	3	4	5
г	б	в	в	а

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Страхование имущества – вид страхования, в котором в качестве объекта страхования выступает имущественный интерес, связанный с владением, использованием и распоряжением имуществом.

КАСКО – страхование автомобилей или других средств транспорта (судов, самолетов, вагонов) от ущерба, хищения или угона.

Медицинское страхование – форма социальной защиты интересов населения в охране здоровья, выражающаяся в гарантии оплаты медицинской помощи при возникновении страхового случая за счет накопленных страховщиком средств.

Страхование ответственности – отрасль страхования, объединяющая разнообразные виды страхования, в которых в качестве объекта страхования выступает имущественный

интерес, связанный с возмещением страхователем (застрахованным лицом) причиненного им вреда личности или имуществу третьих лиц.

ОСАГО – вид страхования ответственности, при котором объектом страхования являются имущественные интересы, связанные с риском гражданской ответственности владельца транспортного средства по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу потерпевших при использовании транспортного средства.

Страхование жизни – подотрасль личного страхования, включающая в себя совокупность видов страхования, по условиям которых страховщик выплачивает застрахованному лицу или его правопреемнику определенную денежную сумму при дожитии застрахованного до определенного возраста, события или даты, либо в случае его смерти.

Пенсионное страхование – страхование с целью формирования источников финансирования пенсий.

Литература

1. Ефимов, С.Л. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование / С.Л. Ефимов. – М.: ИНФРА-М, 1998.
2. Никулина, Н.Н. Страхование: теория и практика: учеб. пособие / Н.Н. Никулина. – М.: ЮНИТИ, 2007.
3. Рябкин, В.И. Страхование: учеб. пособие / В.И. Рябкин. – М.: ЮНИТИ, 2006.
4. Страхование дело [Электронный ресурс]: учебник. – Режим доступа: www.URL: http://uchebnik.biz/

Занятие 20–21. Деловая игра «Страховой агент» (2 часа)

Цель: закрепить материал по вопросам «История и сущность страхования» и «Имущественное страхование».

Пояснительная записка: участники делятся на 3 команды по 5–6 человека в каждой и выбирают виды страхования, которые будут предлагать потребителю.

Цель каждой команды – выступая в роли страховых агентов, определить преимущества каждого вида страхования и убедить аудиторию выбрать именно его страховой продукт.

Участники команды совещаются и:

- придумывают название страховой компании;
- перечисляют преимущества предлагаемых видов страхования;
- обозначают возможные страховые случаи, приводя различные примеры;
- определяют главного страхового агента (Ярослава/Татьяну), который подводит итог размышлений ее участников, выступает перед аудиторией и предлагает страховые продукты потребителям.

В это время участники других команд выступают в роли потенциальных потребителей, задают вопросы, спорят и принимают решение о необходимости страхования по тому или иному его виду.

Таблица «Виды страхования»

	Имущественное страхование	Страхование ответственности	Страхование жизни
Наименование страховой компании			
Имя страхового агента	Ярослав/Татьяна	Ярослав/Татьяна	Ярослав/Татьяна
Наименование страховых продуктов			
Преимущества страховых продуктов			
Страховые случаи			
Примеры			

По итогам игры потенциальные потребители отдадут предпочтение предлагаемым видам страхования (т. е. «голосуют»). Таким образом, выстраивается рейтинг, в результате которого участники получают баллы: участники команды, занявшей 1 место – по 10 баллов, 2 место – по 7 баллов, 3 место – по 5 баллов.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Занятие 22–23. Государственное пенсионное страхование (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с понятием «государственное пенсионное страхование» и способами накопления пенсии;
- **развивающие** – формирование представления о системе государственного пенсионного страхования;
- **воспитательные** – формирование нравственных качеств.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, приемы технологии развития критического мышления.

Основные понятия: государственное пенсионное страхование, страховая часть пенсии, накопительная часть пенсии.

Оборудование: рабочая тетрадь для обучающихся.

Структура и ход занятия

- 1. Организационный момент.** Преподаватель приветствует обучающихся.
- 2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.**

Преподаватель: «Тот, кто не смотрит вперед, оказывается позади» (Г. Уэллс). И государственные, и частные предприятия, где трудятся наши родители, платят налоги и страховые взносы, в том числе и в Пенсионный фонд. Они составляют определенный процент от размера официальной заработной платы каждого работника. Взносы, поступившие в Пенсионный фонд, идут на формирование государственной пенсии, которая в свою очередь подразделяется на две части: страховую и накопительную.

3. Этап получения новых знаний.

Пенсионная система в Российской Федерации состоит из трех уровней:

1. Государственное пенсионное обеспечение. Предоставляется нетрудоспособным гражданам, которые в силу обстоятельств не приобрели права на трудовую пенсию – инвалидам I, II и III группы, в том числе инвалидам с детства, детям-инвалидам, мужчинам, достигшим возраста 65 лет, женщинам, достигшим возраста 60 лет, не имеющим страхового стажа; и др.

2. Обязательное пенсионное страхование. В рамках обязательного пенсионного страхования (ОПС) назначается и выплачивается трудовая пенсия. Необходимое условие для назначения трудовой пенсии – не менее 5 лет страхового стажа.

3. Негосударственное (дополнительное) пенсионное обеспечение.

Это дополнительные пенсии, которые выплачивают негосударственные пенсионные фонды. Чтобы получать такую пенсию, гражданин должен заключить договор с негосударственным пенсионным фондом и в течение определенного времени осуществлять собственные добровольные взносы. Кроме самого гражданина, взносы на дополнительное негосударственное пенсионное обеспечение может делать его работодатель.

Страховая часть пенсии

Преподаватель: Давайте рассмотрим, из каких частей состоит пенсия. При наступлении страхового случая – достижения пенсионного возраста – человек получает свою «страховку» в виде ежемесячных пенсионных выплат, согласно договору со страховщиком, то есть государством в лице Пенсионного фонда.

С официального заработка работающего работодатель обязан отчислять 22% в Пенсионный фонд. Далее следуют уточнения распределения отчислений в зависимости от возраста.

1967 год рождения и моложе: 16% – на страховую часть трудовой пенсии; 6% – на накопительную часть трудовой пенсии.

1966 год рождения и старше: 22% на страховую часть трудовой пенсии.

На каждое застрахованное лицо в Пенсионном фонде открыт индивидуальный лицевой счет, на который зачисляются взносы, уплачиваемые работодателем (СНИЛС).

Накопительная часть пенсии

До 1 января 2014 года для лиц моложе 1967 года рождения отчисления в накопительную часть были равны 6% официально начисленной зарплаты. С 1 января 2014 года этот процент снизился до 2%. Оставшиеся 4% добавятся в страховую часть. Для тех, кто старше 1967 года, накопительная часть вообще не предусмотрена.

Таким образом, накопительной частью трудовой пенсии вы можете распорядиться самостоятельно, правда, в очень ограниченных рамках. А именно:

1. Можно забрать эту часть всю и сразу. Но есть ограничение – только в том случае, если эта часть не превышает 5% от суммы страховой части.

2. Вы можете самостоятельно пополнять сумму, идущую в расчет накопительной части пенсии, за счет своих средств.

3. Вы можете самостоятельно установить количество лет, в течение которых эта часть будет выплачиваться, но не менее 10, то есть не меньше 120 месяцев.

4. Неполученная часть накопительной части пенсии в случае преждевременной смерти достанется вашим наследникам. Или другим лицам по вашему распоряжению.

Именно средства, поступающие в счет финансирования накопительной части пенсии, стали называть пенсионными накоплениями. При этом их стало возможно:

- инвестировать, то есть по желанию перевести в Негосударственный пенсионный фонд (НПФ);
- доверить частной управляющей компании (УК);
- оставить право распоряжения ими государственной управляющей компании.

Более 50 управляющих компаний и около 300 негосударственных пенсионных фондов предложили россиянам свои услуги в этой сфере.

1 января 2015 года в России начинается новый этап очередной, четвертой по счету за последние 25 лет, пенсионной реформы – вводится новый порядок формирования пенсионных прав граждан и расчета пенсий в системе обязательного пенсионного страхования.

С 1 января 2015 года вступают в силу основные законы Пенсионной реформы 2015 и, в частности, два базовых федеральных закона от 28.12.2013 № 400-ФЗ «О страховых пенсиях» и № 424-ФЗ «О накопительной пенсии».

Изменения пенсионной системы в рамках данного этапа пенсионной реформы коснутся практически всех: и тех, кто уже вышел или выходит на пенсию в ближайшие годы, и будущих пенсионеров, кто только начинает свой трудовой путь, так как с 2015 года размер пенсий будет определяться не в рублях, а в баллах (пенсионных коэффициентах).

Преподаватель: Что нового преподнесла настоящим и будущим пенсионерам Пенсионная реформа 2015?

Во-первых, трудовая пенсия по старости с 1 января 2015 года трансформируется в два самостоятельных вида пенсии: страховую пенсию и накопительную пенсию.

Новые правила расчета пенсии с 2015 года будут применяться только к страховой части трудовой пенсии (по старой терминологии). Страховая пенсия формируется в рамках солидарной системы, т. е. страховые взносы в Пенсионный фонд РФ идут на выплату пенсий нынешним пенсионерам. Накопительная пенсия не имеет солидарного характера и на выплаты текущих пенсий пенсионерам не идет.

Страховые взносы, направляемые на формирование накопительной пенсии, можно передать в негосударственные пенсионные фонды (НПФ) и в управляющие компании (частные или государственную), которые будут инвестировать эти средства в разрешенные законодательством инструменты финансового рынка и тем самым увеличивать суммы пенсионных накоплений с течением времени.

Во-вторых, с 1 января 2015 года в России вводится новый порядок формирования и расчета страховой пенсии.

Страховая пенсия теперь будет рассчитываться не в рублях, как раньше, а в так называемых пенсионных коэффициентах или баллах.

На размер страховой пенсии с 2015 года будут влиять:

- заработная плата,

- длительность страхового стажа,
- возраст обращения за страховой пенсией

и стоимость одного балла, которая ежегодно будет определяться правительством. В рубли накопленные баллы будут переводиться только при назначении пенсии.

В-третьих, возможность выбора варианта пенсионного обеспечения. Это означает, что до конца 2015 года граждане, у которых накопительная часть трудовой пенсии (теперь накопительная пенсия) формировалась не в НПФ или управляющей компании, а в Пенсионном фонде РФ, должны определиться и выбрать вариант своего пенсионного обеспечения: сохранить и накопительную пенсию и страховую пенсию или полностью перейти только на страховую пенсию, а от накопительной пенсии отказаться.

Таким образом, на сегодняшний день вся суть пенсионной реформы сводится к следующему: чтобы получить более или менее достойную пенсию, вам надо долго и упорно трудиться; но главное – выбрать «правильного» работодателя, который будет выплачивать всю зарплату, без «конвертов».

Пенсионная реформа закончится не скоро. Но уже сегодня можно сделать неутешительные выводы о том, что требования к стажу работы увеличатся в разы, а сама пенсия станет меньше за счет того, что увеличится период дожития. Тем самым государство значительно сократит свои пенсионные расходы.

Преподаватель: Давайте подумаем вместе над следующими вопросами и тем самым подведем небольшой итог всему вышесказанному.

Преподаватель: Что такое пенсия?

Обучающиеся размышляют.

Преподаватель делает вывод: ПЕНСИЯ – это гарантированная ежемесячная выплата для обеспечения граждан в старости в случае полной или частичной нетрудоспособности, потери кормильца, а также в связи с достижением установленного стажа работы в определенных сферах трудовой деятельности.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Для закрепления материала, ответьте на вопросы, указанные в задании 1.

1. Почему следует работать только там, где платят «белую зарплату»? И что означает «зарплата в конверте»?

Ответ: Чем больше сумма взносов зафиксирована на индивидуальном лицевом счете в ПФР, тем больше будет пенсия.

2. Почему следует контролировать, уплачивает ли работодатель взносы в ПФР?

Ответ: Работодатель может платить «белую» зарплату, но «забывать» платить взносы в ПФР и отчитываться за них.

3. Почему не следует спешить выходить на пенсию?

Ответ: Чем дольше работаешь после достижения общеустановленного пенсионного возраста и не оформляешь пенсию, тем выше будет впоследствии ее размер.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно задание 1 в рабочей тетради и презентуют свои ответы.

Преподаватель: Все молодцы. Все вместе выполним тест задание 2 в рабочей тетради.

Обучающиеся размышляют и выполняют совместно задание 2 в рабочей тетради.

Тест

1. Страховщиком по обязательному пенсионному страхованию является:

- а. Страховой агент.
- б. Пенсионный фонд Российской Федерации.
- в. Управляющая компания.

2. При регистрации в системе обязательного пенсионного страхования каждому гражданину открывается:

- а. Светлое будущее.
- б. Возможность бесплатного проезда.
- в. Индивидуальный лицевой счет.

3. После регистрации в системе обязательно пенсионного страхования гражданину на руки выдается:

- а. Лицензия на пенсию.
- б. Страховое свидетельство.
- в. Пенсионное удостоверение.

4. Пенсия по старости на общих основаниях устанавливается при достижении возраста:

- а. Женщины – 55, мужчины – 60.
- б. Женщины – 57, мужчины – 62.
- в. Женщины – 75, мужчины – 85.

5. Минимальный трудовой стаж, требуемый для установления трудовой пенсии по старости:

- а. 1 месяц.
- б. 10 лет.
- в. 5 лет.

6. Трудовая пенсия по старости состоит из нескольких частей:

- а. Государственной и личной.
- б. Страховой и накопительной.
- в. Семейной и государственной.

7. Отметьте существующие виды пенсий:

- а. По старости.
- б. По потере паспорта.
- в. По инвалидности.
- г. По многодетности.
- д. По нетрудоспособности.

8. Взносы на обязательное пенсионное страхование уплачиваются:

- а. Родителями.
- б. Страховой компанией.
- в. Работодателем.

9. Кто может добровольно уплачивать дополнительные взносы на накопительную часть трудовой пенсии?

- а. Все граждане РФ.
- б. Работающие граждане.
- в. Пенсионеры.

10. Как можно распорядиться своими пенсионными накоплениями?

- а. Перевести в банк.
- б. Перевести в управляющую компанию или негосударственный пенсионный фонд.
- в. Снять наличными.

Ключ

1	2	3	4	5
б	в	б	а	в
6	7	8	9	10
б	а, в	в	а	б

Преподаватель: И, наконец, поиграем в «Найди слово».

Игра «Найди слово»

Перед вами игровое поле с беспорядочно расставленными буквами. Ваша задача – найти среди букв 9 слов-терминов по теме «Страхование» и пояснить, что они обозначают.

Д	У	М	<u>С</u>	Т	А	Х	О	В	А	Н
<u>Р</u>	И	С	<u>Т</u>	Ф	Ц	И	Л	<u>П</u>	Р	П
<u>И</u>	Р	И	<u>Р</u>	И	С	К	<u>К</u>	<u>Е</u>	Р	К
<u>С</u>	<u>Т</u>	<u>Р</u>	<u>А</u>	<u>Х</u>	<u>О</u>	<u>В</u>	<u>А</u>	<u>Н</u>	<u>И</u>	<u>Е</u>
<u>К</u>	Р	А	<u>Х</u>	А	<u>С</u>	О	<u>С</u>	<u>С</u>	К	Ф
У	Р	<u>П</u>	<u>О</u>	<u>Ж</u>	<u>А</u>	<u>Р</u>	<u>К</u>	<u>И</u>	Т	М
Р	Т	<u>О</u>	<u>В</u>	О	<u>Г</u>	Л	<u>О</u>	<u>Я</u>	М	Ф
И	Ь	<u>Л</u>	<u>Щ</u>	К	<u>О</u>	Г	Р	А	Б	Л
Ц	А	<u>И</u>	<u>И</u>	<u>Г</u>	<u>Р</u>	<u>А</u>	<u>Б</u>	<u>Е</u>	<u>Ж</u>	Ы
А	С	<u>С</u>	<u>К</u>	У	В	Ы	Р	О	К	М

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Государственное пенсионное страхование – ведущий элемент системы, по которому выплата пенсий обеспечивается в зависимости от страхового (трудового) стажа и уплаченных взносов в бюджет государственного пенсионного страхования, финансирование которых осуществляется как за счет текущих поступлений в Пенсионный фонд РФ, так и за счет средств, полученных от направления части обязательных страховых взносов на накопление, и инвестиционного дохода от их размещения.

Страховая часть – часть пенсии, которая привязана к сумме полученных за данного гражданина пенсионных взносов, учтенных на так называемом «условно-накопительном счете», и также подлежит индексации с учетом инфляции, заработной платы и «индекса роста доходов ПФР в расчете на одного пенсионера».

Накопительная часть – часть пенсии, представляющая собой главную составляющую пенсионной реформы, при которой определенный процент пенсионных взносов, различающийся в зависимости от возраста работника и его заработка, накапливается в ПФР и учитывается в так называемой «специальной части индивидуального лицевого счета застрахованного лица».

Обязательное пенсионное страхование – система создаваемых государством правовых, экономических и организационных мер, направленных на частичную компенсацию гражданам заработка, получаемого ими до наступления обязательного страхового обеспечения – пенсии.

Страховой номер индивидуального лицевого счета (СНИЛС) – номер индивидуального лицевого счета гражданина в системе обязательного пенсионного страхования. Этот номер обозначен в страховом свидетельстве обязательного пенсионного страхования.

Трудовая пенсия – ежемесячная денежная выплата в целях компенсации гражданам заработной платы или иного дохода, которые они получали перед установлением им трудовой пенсии, либо которые утратили нетрудоспособные члены семьи человека в связи с его смертью. Существуют следующие виды трудовых пенсий:

- 1) трудовая пенсия по старости;
- 2) трудовая пенсия по инвалидности;
- 3) трудовая пенсия по случаю потери кормильца.

Литература

1. О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации: федер. закон от 15.12.2001. № 166-ФЗ.
2. Никулина, Н.Н. Страхование: теория и практика: учеб. пособие / Н.Н. Никулина. – М.: ЮНИТИ, 2007.
3. Рябкин, В.И. Страхование: учеб. пособие / В.И. Рябкин. – М.: ЮНИТИ, 2006.

Занятие 24–25. Деловая игра «Сытый хлеба не ищет» (2 часа)

Цель: закрепление материала по разделу «Страхование».

Пояснительная записка: участники делятся на 2 команды по 7–8 человека в каждой. Каждая команда отвечает на вопрос, затем происходит презентация наработанных идей.

Цель каждой команды: в соответствии с поставленным вопросом подобрать все возможные ответы в рамках пословицы и затем их перевести на язык бизнеса в рамках темы «Страхование».

Преподаватель: Наверняка многие знакомы с пословицей «Сытый хлеба не ищет». Ее вполне возможно применить и к разговору о системе страхования. Давайте вместе подумаем над двумя случаями: во-первых, «Почему сытый не ищет хлеба?», а во-вторых, «В каком случае сытый начнет искать хлеб?». Ваша задача – не просто ответить на эти вопросы, а постараться их перевести на язык бизнеса, т. е. применить к страхованию.

Допустим, «он сытый по определению», т. е. его потребности полностью удовлетворены и он не нуждается в услугах страхования в ближайшее время. Или же пример для другой команды: сытый начнет искать хлеб «про запас» или же по принципу «пусть будет», тогда это будет примерно означать, что он задумается о будущем или уже просто имел горький опыт, поэтому решил застраховаться.

Обучающиеся делятся на команды, отвечают на вопросы и презентуют идеи.

«Почему сытый не ищет хлеба?»		«В каком случае сытый начнет искать хлеб?»	
Ответ участников	Перевод на язык бизнеса	Ответ участников	Перевод на язык бизнеса
«Он сытый по определению»	Потребности полностью удовлетворены	«Про запас» «Пусть будет»	Задумается о будущем или имел горький опыт, и решил застраховаться
«У него есть хлеб про запас»	Есть резерв, или уже застрахован	«Накормить голодного»	Купить для семьи, например, в подарок близким
«Он ест что-то другое, например, мясо, молоко»	У него другие потребности: поставить сигнализацию в квартиру	«Лучше лопну, зачем добру пропадать»	Рассматривает как вложение денег, (пенсии, добровольное медицинское страхование)
«Не знает вкус хлеба»	Никогда не страховался, не знает от такой возможности	«Если у соседа больше хлеба»	Престиж, стремится быть не хуже окружения (КАСКО)
«Лень, или же наелся хлеба»	Не думает о завтрашнем дне, ему сегодня хорошо	«Если знает, что будет неурожай»	Информация о прогнозируемых экономических и финансовых изменениях
«Хлеб просто не нужен»	Оптимист, или же был неудачный опыт страхования	«Повышение цен на зерно»	Повышение цен на страховые тарифы
«Не ест» «Вегетарианец»	Он думает, что не пригодится услуга	–	–
«Он знает, что если надо, ему хлеб принесут»	Все финансовые вопросы решают за него (например, ребенок)	–	–
«Другие заботы, некогда»	Суета, все откладывает	–	–
«Хлеба нет нигде»	Нет такой услуги	–	–

Обучающиеся работают в команде, но в итоге каждый участник самостоятельно презентует и обосновывает свою идею, в результате чего получает баллы.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Литература

1. Как сформировать потребности у клиента? [Электронный ресурс]. – Режим

Занятие 26–27. Реклама и бизнес (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с понятием «реклама», классификацией видов рекламы, основными положениями о рекламе;
- **развивающие** – формирование представления о рекламе как о средстве продвижения товара (услуги), умений структурировать информацию;
- **воспитательные** – формирование навыков создания условий успеха в бизнесе.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Основные понятия: реклама, информационная реклама, увещательная реклама, напоминающая реклама, антиреклама.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: Представьте себе, что Ярослав и Татьяна решили создать фирму. Так чем же будет заниматься их фирма? Будет производить товары или оказывать населению услуги? Какой товар будет производить?

Итак, их фирма начала процветать, о ней заговорили, но вот возникла проблема: как донести до потребителя их товар (или услуги)? Как же распространить информацию о потребительских свойствах товара с целью продажи?

Обучающиеся отвечают на вопросы, рассуждают.

Преподаватель обобщает ответы обучающихся и сообщает цель и тему занятия, названную обучающимися «Реклама»: А цель нашего занятия – выяснить, что такое реклама, какие виды рекламы бывают, как создать хорошую рекламу для продвижения его на рынке сбыта.

3. Этап получения новых знаний.

Преподаватель: Интересно, реклама направлена на одного потребителя или на определенный круг потребителей? Почему?

Рассуждения обучающихся.

Преподаватель: Прокомментируйте стихотворение Сергея Михалкова.

На рынке корову мужик продавал.
Никто за корову цены не давал.
Хоть многим была коровенка нужна,
Но, видно, не нравилась людям она.
– Хозяин, продашь нам корову свою?
– Продам, я с утра с ней на рынке стою.
– Не много ли просишь, старик, за нее?
– Да где наживаться, вернуть бы свое!
– Уж больно твоя коровенка худа.
– Болеет, проклятая, просто беда.
– А много ль корова дает молока?
– Да мы молока не видали пока!

Весь день на базаре старик торговал,
Никто за корову цены не давал.
Один паренек пожалел старика:
– Папаша, рука у тебя нелегка.
Я возле коровы твоей постою,
Авось продадим мы скотину твою.
Идет покупатель с тугим кошельком.
И вот уж торгуется он с пареньком:
– Корову продашь?
– Покупай, коль богат.
Корова, гляди, не корова, а клад.
– Да так ли? Уж выглядит больно худой!
– Не очень жирна, но хороший удой?
– А много ль корова дает молока?
– Не выдоишь за день, устанет рука!
Старик посмотрел на корову свою:
– Зачем я, Буренка, тебя продаю?
Корову свою не продам никому,
Такая корова нужна самому!

Обучающиеся отвечают.

Преподаватель: Верно, на определенный круг потребителей. Но что же такое реклама? Как вы это понимаете?

Обучающиеся предлагают определение понятия «реклама».

Преподаватель обобщает ответы обучающихся и дает верное определение понятию «реклама»:

РЕКЛАМА – это открытое оповещение фирмой потенциальных покупателей о качестве товаров (или услуг), достоинстве, о заслугах самой фирмы.

Преподаватель: Представьте себе: фирма Ярослава и Татьяны находится на этапе выведения товара на рынок. Какая задача будет стоять перед ними?

Обучающиеся отвечают: Создать первичный спрос.

Преподаватель: Реклама на этапе выведения товара на рынок, когда стоит задача создать первичный спрос, называется информационной.

Вопрос: А если фирма находится на этапе роста товара, то какая задача станет перед ней?

Обучающиеся отвечают. (Задача формирования избирательного спроса.)

Преподаватель: Реклама на этапе роста товара, когда стоит задача создать избирательный спрос, называется увещательной.

Вопрос: А если фирма находится на этапе зрелости товара, то какая задача стоит перед ней?

Обучающиеся отвечают. (Нужно, чтобы покупатель не забывал о товаре.)

Преподаватель: Такая реклама называется напоминающей.

Используя материал вашей рабочей тетради, заполните схему «Виды рекламы».

Обучающиеся выполняют задание 1 в рабочей тетради.

Преподаватель: Давайте рассмотрим, какие функции выполняет реклама в современном мире. Найдите соответствие между функцией рекламы и ее описанием в рабочей тетради задание 2.

Обучающиеся выполняют задание 2 в рабочей тетради.

Таблица «Функции рекламы»

Функции рекламы	
Экономическая	Заключается в стимулировании объема продаж, развитии торговли, коммерции. Благодаря эффективной рекламе снижаются расходы и растут прибыли, которые можно инвестировать в развитие промышленности или социальной инфраструктуры. Реклама в экономическом смысле служит своего рода фильтром, который дает дорогу товарам качественным и отсеивает некачественную продукцию. Тем самым повышается производительность, растет надежность товаров, улучшаются их свойства.
Социальная	Состоит в воздействии ее на общество: как позитивном, так и негативном. Она способствует повышению жизненного уровня населения, популяризирует материальные, социальные, экологические и культурные возможности рыночной экономики, защищает потребителей от вредных товаров. Реклама также способствует развитию средств массовой информации, общественных организаций, компаний, некоммерческих организаций, формирует культурный, правовой и экономический менталитет каждого члена общества.
Идеологическая	Реклама стремится создать общество с определенными мировоззренческими характеристиками, внедряет новые идеологические ценности – например, право граждан на частную собственность, трудолюбие и предприимчивость как основу богатства и благополучия.
Коммуникативная	Реклама является способом передачи информации от рекламодателя к потребителю, коммуникационной цепочкой между ними.

Преподаватель: Единой классификации рекламы нет, да она и не нужна, поскольку перечень современных разновидностей рекламного воздействия чрезвычайно широк. Есть несколько наиболее распространенных классификаций, которые при необходимости применяются в разных ситуациях. В рабочей тетради заполните таблицу «Классификация видов рекламы». Укажите признаки классификаций рекламы.

Таблица «Классификация рекламы»

Классификационный признак	Виды
По назначению	Коммерческая Социальная Политическая
По рекламируемому объекту	Рекламирование товаров Рекламирование услуг
По способу размещения	Телевизионная Радио

	Печатная Интернет-реклама
По месту размещения	Наружная Внутренняя

Обучающиеся выполняют задание 3 в рабочей тетради.

Преподаватель: Сейчас мы с вами рассмотрим основные требования, предъявляемые к рекламе. Мы их будем применять при составлении рекламы.

1. Информация, которая составляет ядро рекламного обращения. Но одна информация, лишенная эмоционального оформления, не может рассматриваться как полноценная реклама. Специалисты различают по привлекательности три стратегии рекламы:

а) слоган – лозунг, девиз, краткая броская фраза;

б) рациональный призыв – приводится аргумент в пользу приобретения рекламируемого товара;

в) эмоциональный призыв – направлен на то, чтобы вызвать положительное отношение к товару, сделать импульсную покупку.

Используя материал рабочей тетради, попробуйте определить стратегию вашей рекламы. Напишите ключевую фразу или слово.

Обучающиеся выполняют задание 4 в рабочей тетради.

Преподаватель:

2. Потребители резко отличаются друг от друга возрастом, уровнем доходов, образованием, вкусами и склонностями. Поэтому производители выделяют разные группы потребителей и создают товары для этих групп. Реклама, представляющая товар, также должна ориентироваться на ту группу покупателей, которые будут предъявлять спрос на данный товар.

Схема «Аудитория рекламы»



На какую категорию покупателей направлено ваше рекламное обращение? Посмотрите на схему «Аудитория рекламы» в рабочей тетради. И ответьте на главный вопрос: «Для кого ваша реклама?»

Обучающиеся выполняют задание 5 в рабочей тетради.

Преподаватель:

3. Производителям нужно проинформировать потребителей о достоинствах и многочисленных способах использования продукта, об изменении цены, дать описание оказываемых услуг. И этому также способствует реклама.

Как в вашей рекламе показаны преимущества рекламируемого товара? Запишите преимущества рекламируемого вами товара в задние б.

Обучающиеся выполняют задание 6 в рабочей тетради (низкая цена, яркая упаковка и т. д.).

Преподаватель:

4. Для того чтобы привлечь внимание к рекламируемому товару, можно вызвать у потребителя и отрицательные эмоции. Главное, чтобы потребитель не остался равнодушным.

Какие черты вашей рекламы вы находите наиболее привлекательными и наиболее отталкивающими?

Подсказка: Для того чтобы текст рекламного обращения носил непринужденный характер, важно использовать «теплые слова» повышенной эмоциональной ценности. Например, выгодно, удобно, дешево; красота, семья, дети и т. д.

Если реклама носит информационный характер, недопустимы в тексте скучные слова и отрицания: «нет», «не». К неудачным относятся слова «незаменим», «убытки», «потери» и им подобные.

Преподаватель: Рекламирывать нужно только товары и услуги отличного качества. Никакая реклама не поможет продать то, что невозможно продать. В рекламе нужна правда, иначе потребитель, обманутый однажды, никогда не будет иметь с вами дело. К тому же он может провести против вас антирекламу.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Для закрепления темы выполним задания в рабочей тетради.

Назовите по две торговые марки, ставшие культурными символами следующих стран:

- Япония – Funai, Mitsubishi Electric;
- Россия – Аленка, Старый Мельник;
- Италия – Gucci, Раффаэлло;
- Германия – Knorr, Nivea;
- Франция – Givenchy, Yves Saint Laurent;
- Ирландия – Guinness, Skincare;
- Испании – Gallina Blanca, SEAT;
- Швейцария – Piaget, Chopard;
- Австралия – Holden, Elfin;
- Южная Корея – Chevrolet, Samsung.

Например: Компании «Кока-Кола», «Макдоналдс» стали уже давно культурными символами США.

Обучающиеся выполняют задание 7 в рабочей тетради.

Разработайте по два синонима к каждому «волшебному слову».

Согласно результатам классического рекламного исследования, «волшебными словами» любого рекламного материала являются:

Новый – не бывший в употреблении, ранее не известный;

Сегодня – нынче, теперь;

Уникальный – редкий, единичный;

Наконец-то – напоследок, в конечном счете;

Бесплатно – даром, за бесценок;

Удивительный – странный, чудный, изумительный;

Прорыв – проявление, нововведение;

Быстрый – стремительный, скорый;

Распродажа–торговля со скидками, коммерция;

Простой – несложный, примитивный;

Особый – своеобразный, специальный;

Впервые – в первый раз, сейчас.

Обучающиеся выполняют задание 8 в рабочей тетради.

Определите, на какую целевую аудиторию будет направлена реклама следующих товаров. Аргументируйте свой выбор.

- Охлажденный фруктовый коктейль с вином – **молодежи.**
- Завтраки с низким содержанием жиров – **пожилым людям.**
- Детские каши – **детям.**
- Средства для стирки – **домохозяйкам.**
- Пицца – **занятому населению.**
- Мороженое – **детям.**
- Обезболивающее средство – **больным людям.**

Обучающиеся выполняют задание 9 в рабочей тетради.

Преподаватель: Рассмотрим ситуацию, которая приведена у вас в задании 10. Татьяна купила на кроссовки, которые активно рекламировали. Но через несколько дней она очень разочаровалась в их качестве и обвинила во всем рекламу. Ярослав, наоборот, остался доволен своей покупкой, которую совершил после просмотра рекламного ролика в интернете. Рассудите ребят.

Запишите в таблицу «Полезьа и вред рекламы», какую пользу она несет, и в чем заключается ее вред.

Таблица «Полезьа и вред рекламы»

РЕКЛАМА	
ПОЛЬЗА	ВРЕД
Благодаря рекламным роликам общество участвует в различных программах, например, в программе защиты дикой природы, в программах защиты бесценных исторических и культурных шедевров стран: изобразительного искусства, архитектуры и т. д.	Реклама воздействует на человека на подсознательном уровне, тем самым манипулируя поведением человека вопреки его желаниям.
Приобщение населения к здоровому образу жизни через рекламу использования натуральных добавок в пищу и витаминных препаратов, рекламу спортивных площадок.	Не всегда вызывает понимание эмоциональная реклама, т. е. практика обращения рекламы к эмоциям потребителя: в глазах отдельных потребителей такая реклама бывает слишком эмоциональной.
Реклама говорит о той дополнительной пользе, которую покупатель приобретает, покупая товар. Так, потребитель выражает свою индивидуальность, выбирая ту или иную марку автомобиля.	Существует недобросовестная реклама.
Реклама генерирует потребность к лучшему уровню жизни – качественное питание, прекрасный отдых, лучшие жилищные условия и т. д.	Отдельные рекламные обращения кажутся раздражающими либо слишком назойливыми
Реклама стимулирует трудовую деятельность: если заработаешь, то сможешь получить.	Реклама табака и алкогольной продукции наносит вред здоровью нации.
Рекламируя самое современное оборудование, самые современные	

технические товары бытового назначения, выпускаемые всеми отраслями промышленности, тем самым она пропагандирует научно-технические достижения.	
Реклама помогает обществу концентрировать внимание на определенных социальных программах.	

Обучающиеся выполняют задание 10 в рабочей тетради.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Реклама – коммерческая информация о товарах, услугах и т. п. с целью оповещения потребителей и создания спроса на эти товары и услуги.

Антиреклама – информация, призванная не поднимать, а уменьшать интерес, либо дискредитировать товары, предприятия, товарные знаки.

Слоган – это рекламный девиз, который в сжатом виде передает рекламное сообщение, часть бренда.

Рациональный призыв – аргумент в пользу приобретения рекламируемого товара.

Эмоциональный призыв – аргумент, направленный на то, чтобы вызвать положительное отношение к товару, сделать импульсную покупку.

Бренд – торговая марка, которую удалось раскрутить до такой стадии виртуальности, что она определяет социальный статус потребителя или стиль его жизни, пробуждает у потребителя индивидуальное ответное чувство, вызывает устойчивую ассоциацию с определенным ощущением или настроением.

Рекламодатель – тот, кто заказывает и оплачивает рекламу.

Недоброкачественная реклама (неэтичная) – реклама, которая унижает, порочит либо потребителей, не пользующихся данным товаром, либо конкурентов рекламодателя и производимые ими товары.

Скрытная реклама – рекламная информация, которая преподносится под видом объективной информации независимого суждения. В большинстве стран ложная, недостоверная, недобросовестная, скрытая реклама запрещается, а сопоставительная реклама – либо запрещена, либо очень строго ограничена.

Социальная реклама – строго говоря, вовсе и не реклама, т.к. не содержит призывов что-либо покупать. Социальная реклама пропагандирует общественные ценности, моральные нормы – разумное, доброе, вечное. В социальной рекламе не упоминают конкретные производители и их товары. Социальная реклама производится и публикуется бесплатно.

Литература

1. Афанасьева, Т.П. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие для учащихся школ, лицеев, гимназий и др. учреждений сред. и нач. проф. образования / Т.П. Афанасьева, В.И. Ерошин, Т.И. Пуденко. – М.: КОНСЭКО, 1998. – 336 с.

2. Заиченко, Н.А. Книга для учителя экономики к бизнес-курсу «Букварь для Рокфеллеров» / Н.А. Заиченко. – СПб.: СМИО Пресс, 2000. – 208 с.

3. Леонтьев, А.В. Технология предпринимательства 9 класс: учебник для общеобр. учеб. заведений / А.В. Леонтьев. – М.: Дрофа, 2000. – 192 с.

4. Преображенская, Е.В. Основы предпринимательства. Домашняя экономика: метод. рекомендации к проведению практ. занятий / Е.В. Преображенская. – Саратов: Лицей, 2002. – 112 с.

5. Прикладная экономика: сб. заданий: пер. с англ. / Межрегион. обществен. орг. «Достижения молодых – JuniorAchievementRussia». – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Артель-сервис, 2003. – 256 с.

Занятие 28–29. Деловая игра «Рекламное объявление» (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – формирование элементарных умений по созданию рекламы;
- **развивающие** – осознание необходимости развития креативности и воображения в процессе создания рекламного продукта для его продвижения на рынке;
- **воспитательные** – формирование качеств эффективного делового взаимодействия в ходе коллективной работы по принятию решений.

Основные понятия: рекламное агентство, рекламный продукт.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся, рабочая тетрадь.

Задание.

Этап 1. Работа в группах.

Обучающиеся делятся на 3–4 команды – рекламные агентства.

Распределяют роли внутри команд («агентств»).

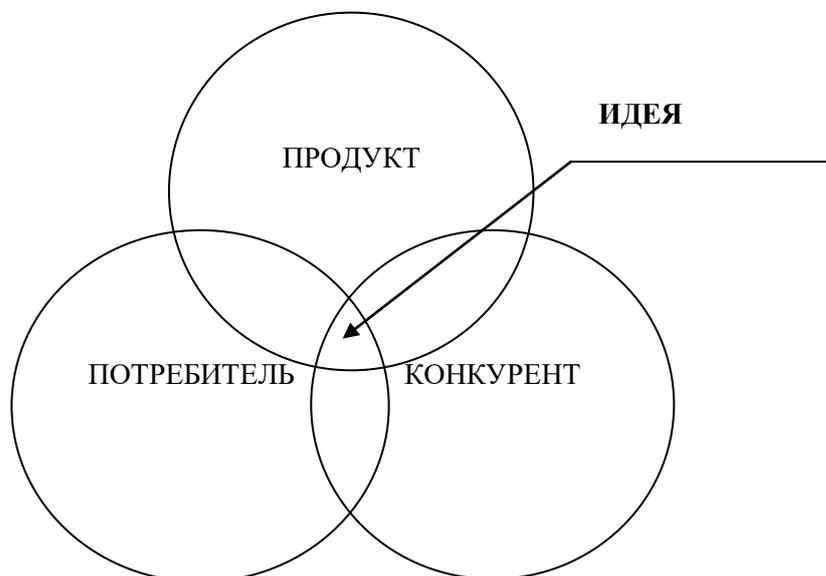
Выбирают название «агентства» и составляют его характеристику:

- игровое название;
- структуру (руководителя);
- юридический адрес.

Этап 2. Практическая работа по созданию рекламного объявления своей фирмы.

Основная идея рекламного сообщения может быть только одна.

Схема «Идея рекламного сообщения»



Она должна соответствовать рекламируемому продукту, не пересекаться с рекламными кампаниями конкурентов и не противоречить ценностям вашей целевой аудитории. И в идеале – должна быть интересной.

В хорошей рекламе обязательно должны быть:

- Графическая часть (рисунок, фото).
- Рекламный девиз или лозунг (слоган).
- Информационный блок.
- Сравнение с конкурентами в выгодном для вас свете.
- Compliment потенциальному клиенту.
- Побуждение клиента к действию.
- Название фирмы, ее адрес и телефоны.

Обучающиеся записывают основные положения о рекламе.

Графическая часть должна привлекать внимание и демонстрировать вид услуг.

Рекламный слоган – это легко запоминающийся лозунг, девиз, призыв. Например:

- Помогите нам помочь вам!
- Нигде, кроме как в Моссельпроме!
- Новое поколение выбирает Pepsi!

Информационный блок объявления содержит информацию о товарах или услугах фирмы.

Прямых нападков на конкурентов здесь быть не должно, так как это запрещено законом. Например:

- У нас самые низкие цены!
- Наш магазин за углом!

Compliment клиенту – это умно и деликатно высказанное одобрение и благодарность за то, что он обратился к вам. Например:

- Мы уверены, что вы примите правильное решение!
- Наш магазин для тех, кто стремится к успеху!

Побуждение клиента к действию необходимо для того, чтобы вызвать у него желание немедленно обратиться к вам. Например:

- Не упустите свой шанс!
- Позвоните нам сегодня!

Название, адрес и телефоны фирмы должны быть правдивыми, понятными и точными.

Этап 3. Знакомство с приемами создания рекламных объявлений.

Посмотрите чужие хорошие рекламные кампании по продуктам этого типа. Это прекрасно подстегивает воображение.

Смотря рекламу, вы должны научиться разбирать ее на части, чтобы понять, как она работает. Мы разберем несколько самых популярных приемов.

Прием номер 1. Посмотрите на продукт со всех сторон, чтобы понять, на что он может быть похож. Ассоциация должна быть позитивной.



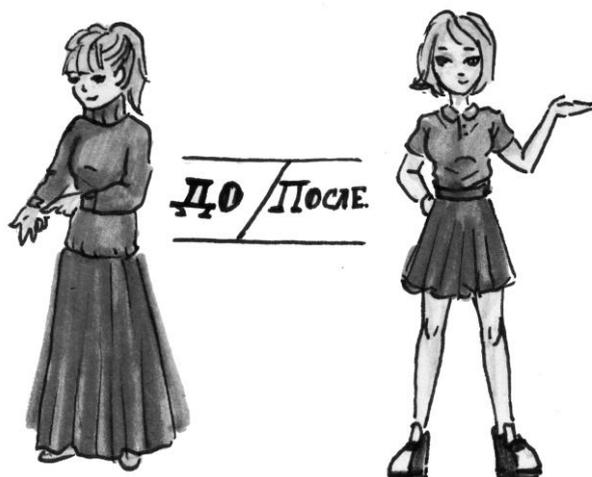
Прием номер 2. Вы берете какое-то одно качество продукта и увеличиваете его. Эффект достигается именно за счет максимального преувеличения.



Прием номер 3. Запугать потребителя. Показать, как ему будет плохо без продукта, товара, услуги.



Прием номер 4. Демонстрация преимуществ. Одной из разновидностей этого приема является ход «до и после»: как плохо было раньше и как хорошо стало теперь. Например, реклама услуг стилистов, косметологов и пр.



Прием номер 5. Работа на контрасте. Например, вспомните рекламу стирального порошка: «По сравнению с обычным порошком...».



Прием номер 6. Мнение авторитета. Например, привлечение к рекламе товаров и услуг известных людей.



Прием номер 7. Игра слов. Забава для копирайтера.

**Баскетбольное кольцо
в 100 раз меньше футбольных ворот.
Но
попадаем мы в него
в 50 раз чаще.**

Прием номер 8. Решение проблемы. Создается такая ситуация, в которой продукт является решением проблемы. Например, если необходимо произвести сложное вычисление, то решением проблемы станет использование калькулятора.



Этап 4. Создание рекламных объявлений.

Этап 5. Представление рекламных объявлений.

Обучающиеся представляют выполненное задание.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Рекламное агентство – компания, фирма, разрабатывающая, изготавливающая и размещающая рекламу для, от имени и по поручению заказчиков.

Рекламная политика фирмы – комплексный подход к управлению производством и организации хозяйственной деятельности, основанный на учете требований рынка и активном воздействии на расширение сбыта продукции и реализации услуг.

Слоган – это рекламный девиз, который в сжатом виде передает рекламное сообщение, часть бренда.

Копирайтер – специалист по написанию текстов рекламных объявлений и других рекламных материалов.

Литература

1. Как создать эффективную рекламу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.URL: http://zanin.ru/article/как-создать-эффективную-рекламу/](http://zanin.ru/article/как-создать-эффективную-рекламу/)

Занятие 30–31. Защита прав потребителей (2 часа)

Цели занятия:

- **образовательные** – знакомство с понятиями, имеющими отношение к потребительскому поведению, формирование представления о способах воздействия бизнеса на потребителей, формирование умения грамотно вести себя в типичных потребительских ситуациях;

- **развивающие** – формирование интуиции, самостоятельности, гибкости мышления;

- **воспитательные** – формирование организованности, деловитости, культуры потребления, самостоятельности и смелости в защите своих прав.

Методические приемы: создание проблемной ситуации, игровые методы обучения.

Основные понятия: потребитель, срок службы, срок годности, гарантийный срок.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: В современных условиях рыночной экономики каждый человек является потребителем товаров, работ и услуг, но как часто наши потребительские права нарушаются! Не случайно утвержден всемирный день защиты прав потребителей – 15 марта.

Сможете ли вы разрешить такую ситуацию? Летом на распродаже Татьяне купили зимние сапоги. А когда она надела их зимой в первый раз, у них оторвалась подошва. На претензию по качеству магазин дал отпор, объяснив, что: 1) гарантия на товар – 30 дней со дня продажи; 2) товар был куплен в период распродажи, а на распродажный товар вообще гарантия не распространяется; 3) покупательница, может, уже ходит в этих сапогах месяц и носит неаккуратно.

Давайте подумаем, кто прав в данной ситуации?

Обучающие рассуждают.

Преподаватель: Чтобы ответить на этот вопрос, нам следует разобраться:

1. Кто же такой потребитель?

2. Какие он имеет права?

Итак, сегодня мы научимся защищать себя как потребителя. Для более успешного овладения методами защиты потребительских прав прежде всего необходимо знать закон и свои права.

3. Изучение нового материала.

Преподаватель: Кто же такой потребитель? Каждый ли человек, который что-то покупает, является потребителем?

Обучающие рассуждают и выполняют задание 1 в рабочей тетради.

Преподаватель обобщает и делает вывод:

ПОТРЕБИТЕЛЬ – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно

для личных семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Из этого следует, что организации не являются потребителями. Попробуйте это объяснить.

Обучающие рассуждают.

Преподаватель делает вывод: Интересы фирм и организаций защищают квалифицированные юристы, а граждане-потребители могут рассчитывать только на себя.

Вопрос: Как вы думаете, существует ли документ, на основании которого потребитель мог бы защищать свои права?

Обучающие отвечают.

Преподаватель: Верно. Действует Закон РФ «О защите прав потребителей», который является гарантом наших прав.

Вопрос: А почему и от кого нужно защищать потребителя? Дополните перечень документов, защищающих права потребителя.

Основы законодательств о защите прав потребителей.

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей».
3. Закон РФ «О сертификации».
4. Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности».
5. Закон «О стандартизации».
6. Закон «О санитарно-эпидемиологическом контроле»

Обучающиеся раздумывают и отвечают, выполняют задание 2.

Преподаватель: Действительно, конфликты между потребителем и продавцом или изготовителем товара существовали давно. Именно статьи Закона защитят от недобросовестных продавцов и производителей.

Давайте разделимся с вами на небольшие группы, по 2 человека, внутри каждой группы обсудите, какими правами обладает потребитель, какие обязанности есть у продавца. Все свои мысли занесите в таблицу «Права потребителя и обязанности продавца».

Таблица «Права потребителя и обязанности продавца»

Права потребителя	Обязанности продавца
Право на качество: означает, что продавец должен передать вам качественный товар, а исполнитель – качественно выполнить работу (оказать услугу).	Передать покупателю товар: в определенном месте; со всеми принадлежностями и документами, относящимися к товару; в надлежащей упаковке и таре.
Право на безопасность: как потребитель вы имеете право на то, чтобы товар (работа, услуга) были безопасны для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды.	Предоставить покупателю информацию о товаре (ст. 495 ГК РФ). Продавец обязан довести до покупателя необходимую и достоверную информацию.
Право на информацию: потребитель имеет право на необходимую и достоверную информацию о том, что продается, кто продает и кем это изготовлено, как и когда это можно приобрести.	Своими силами и за свой счет осуществлять доставку крупногабаритных товаров, а также товаров весом более 5 кг для ремонта, уценки, замены и возврата их покупателю (п. 6 ст. 18 Закона «О защите прав

	потребителей»).
Право на возмещение ущерба: за нарушение прав потребителей продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность, предусмотренную законом или договором (ст. 13 Закона РФ «О защите прав потребителей»).	Возместить потребителю расходы по доставке товара (возникает только в случае продажи товара с недостатками).
Право обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретён, если указанный товар не подошёл по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации, в течение четырнадцати дней, не считая дня его покупки.	

Обучающие раздумывают и отвечают, выполняют задание 3.

Преподаватель: Давайте сравним, что же получилось у каждой группы.

Преподаватель: История потребительского движения насчитывает не один десяток лет. Человечеством накоплен большой опыт по защите прав потребителей. Разработаны и приняты законы, гарантирующие права потребителей, созданы специальные организации, занимающиеся защитой этих прав. И сейчас трудно поверить, что еще в XIX веке о правах потребителей даже не задумывались.

Прообразом современных организаций, выступающих в защиту прав потребителей, была независимая Лига потребителей, созданная в 1891 г. в Нью-Йорке.

1954 г. – Нидерландский союз потребителей.

15 марта 1962 г. Президент США Джон Ф. Кеннеди, выступая перед Конгрессом США, сформулировал последовательный ряд прав потребителей:

- право на безопасность;
- право на информацию;
- право на выбор;
- право быть выслушанным.

После этого выступления день 15 марта стал всемирным днем защиты прав потребителя. Какой документ защищает права потребителей в нашей стране?

Обучающиеся отвечают на вопрос.

Преподаватель: Что имеет право узнать потребитель, прежде чем приобретет товар? Для этого рассмотрим ситуацию.

Друг Ярослава и Татьяны заказал по интернету телевизор. Через 4 дня телевизор сгорел.

Когда он обратился на страничку, где заказывал товар, она была пуста.

Обучающиеся отвечают на вопрос (право на достоверную информацию).

Преподаватель: Верно, продавец до заключения договора должен предоставить потребителю полную информацию об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его

доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

А теперь давайте вспомним о праве потребителя на качество товара.

Вопрос: Какой товар можно считать качественным?

Обучающиеся отвечают.

Преподаватель: Правильно, качество товара обозначает его соответствие стандарту.

Вопрос: А что же делать, если вам продали товар ненадлежащего качества?

Обучающиеся отвечают: Вернуть товар и потребовать возврата денег, обменять товар на качественный товар, отдать на гарантийный ремонт.

Преподаватель задает вопрос: А как быть, если дефекты в товаре обнаружались не сразу?

Обучающиеся рассуждают.

Преподаватель: СРОК СЛУЖБЫ – это период времени, в течение которого изготовитель обязан обеспечить потребителю возможность использования товара; установление срока службы – это право, а не обязанность изготовителя; если срок службы не установлен, то считается, что он составляет 10 лет.

СРОК ГОДНОСТИ – период времени, по истечении которого товар (услуга) считается непригодным для использования (исчисляется со дня изготовления).

ГАРАНТИЙНЫЙ СРОК – это время, в течение которого изготовитель (или продавец) отвечает за недостатки товара (исчисляется со дня продажи или установки); если гарантийный срок не установлен, то считается, что он составляет 2 года (не менее 6 месяцев).

Преподаватель: А теперь представим другую ситуацию, когда мама купила Татьяне кофточку, а она ей не понравилась, хотя качество соответствует стандарту.

Вопрос: Как быть? Носить вещь, которая не нравится?

Обучающиеся рассуждают.

Преподаватель: Правильно, товар надлежащего качества (непродовольственный), если он не подошел по размеру, фасону, габаритам, форме, можно обменять в течение 14 дней с момента покупки товара:

- если товар не был в употреблении;
- если сохранены бирки, ярлыки;
- имеется чек, квитанция на покупку или свидетельские показания.

Преподаватель: Какие еще права потребителей вы знаете?

Обучающиеся отвечают: Право на безопасность товара и право на возмещение ущерба.

Преподаватель: Сейчас давайте попробуем выполнить практическое задание в группах: разрешите следующие ситуации с точки зрения потребителя и продавца (исполнителя). То есть обеим группам задание одно, но стоите вы по разные стороны: покупатель и продавец. На обсуждение в группах дается 3 минуты.

Обучающиеся выполняют задание 5 в рабочей тетради.

Преподаватель: Когда мама Ярослава приобретала губную помаду, продавец ей сказала, что косметика изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у мамы возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленную помаду на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав помады натуральные компоненты не входят.

Вопрос: Может ли покупательница потребовать вернуть зря потраченные деньги?

Ответ: Если потребитель приобрел товар, не обладающий необходимыми ему свойствами, в результате предоставления ему недостоверной информации, он вправе в соответствии со статьями 12 (пункт 2), 18 (пункты 1–4) Закона РФ «О защите прав потребителей» расторгнуть договор и потребовать возмещения причиненных ему убытков (например, расходы на экспертизу).

Обучающиеся выполняют задание 6 в рабочей тетради.

Отец Татьяны приобрел в магазине крем после бритья. Вечером нанес его на кожу, а утром обнаружил, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Он попытался вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чем имелась табличка.

Вопрос: Правы ли в этом случае продавцы?

Ответ: В этой ситуации имеется прямое нарушение прав потребителя на безопасность товаров, предусмотренное статьей №7 Закона РФ «О защите прав потребителей». На основании этой статьи покупатель вправе вернуть крем его изготовителю либо продавцу, захватив с собой доказательства, подтверждающие, что вред причинен здоровью именно этим кремом (например, справку от врача) и что товар был приобретен именно у данного продавца.

А обеспечение безопасности достигается с помощью стандартизации, сертификации и установления сроков службы и годности товара. Реализация товара при отсутствии такового запрещена.

Обучающиеся выполняют задание 7 в рабочей тетради.

Татьяна приобрела три метра ткани на платье, но мама посчитала ее выбор неудачным и с отрезом отправилась в магазин, чтобы заменить ткань. Чек был сохранен. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Вопрос: Кто прав в этой ситуации: покупатель или магазин?

Ответ: В данной ситуации прав покупатель. В соответствии со статьей 25 Закона РФ «О защите прав потребителей» покупатель имеет право на обмен доброкачественного товара в течение 14 дней, не считая дня покупки. Отсутствие кассового или товарного чека либо иного подтверждающего оплату товара документа не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания.

Учащиеся в группах рассматривают ситуации с точки зрения потребителя и продавца, затем показывают решение в виде диалога и вместе находят правильный ответ.

Преподаватель: Мы с вами повторили все права потребителей. Но мало знать их – надо научиться их защищать. Так каким же образом это можно сделать?

Защиту прав потребителей могут осуществить:

1. сам потребитель;
2. государственные органы;
3. общественные организации потребителей.

Преподаватель: Рассмотрим подробнее первый случай на конкретном примере в продовольственном магазине (рис. 1).

Обучающиеся выполняют задание 8 в рабочей тетради.

Кроме этого можно обратиться в общественные или государственные организации, призванные защищать потребителя, или в суд.

Специальные государственные органы:

1. Государственный комитет по антимонопольной политике;

2. Отдел защиты прав потребителей;
3. Роспотребнадзор.

Общественные организации потребителей имеют право:

- проводить проверку качества и безопасности товаров (работ, услуг);
- проверять соблюдение прав потребителей и правил обслуживания;
- участвовать в контроле за применением регулируемых цен;
- вносить в прокуратуру и другие органы материалы о привлечении к ответственности лиц, виновных в нарушении прав потребителей;
- предъявлять иски в суд в интересах потребителей и т. д.

Исковое заявление в суд подается в письменной форме и готовится в трех экземплярах: для ответчика, суда и заявителя. Чаще всего встреча сторон заканчивается подписанием мирного договора. Подготовка дела к судебному исполнению должна быть проведена не позднее семидневного срока со дня принятия искового заявления. По особо сложным делам срок подготовки продлевается судьей до 20 дней. Общий срок рассмотрения любого гражданского дела – один месяц.

Обучающиеся выполняют задание 9 в рабочей тетради.

Преподаватель: Теперь я думаю, что вы сможете дать ответы на все вопросы, которые мы ставили в начале занятия.

Обучающиеся отвечают. Срок действия гарантии на сезонные товары наступает с момента сезона 15 октября, на распродажный товар гарантия накладывается, как и на все другие товары, а надлежащее качество проверить должна экспертиза.

4. Закрепление изученного материала.

Преподаватель: Для того чтобы убедиться, что вы грамотный потребитель, проведем несколько конкурсов (можно при закреплении нового материала обучающихся поделить на команды).

Конкурс «Прочитай символ»

Пояснительная записка: Возможны ситуации, когда качественный товар в результате эксплуатации теряет свои потребительские качества. Конечно, возможен производственный брак, но, как правило, в такой ситуации дело в невнимательности или лени потребителя. Ведь на ярлыках одежды указаны правила стирки и сушки, а в инструкции – правила эксплуатации.

Тщательно изучайте все символы на этикетках и ярлыках, внимательно читайте инструкцию и не стесняйтесь задавать вопросы продавцу. Сейчас мы с вами проведем маленький конкурс с целью проверить, как хорошо вы разбираетесь в мире символов и знаков, законов. (Таблица.)

Обучающиеся выполняют задание 10 в рабочей тетради.

Конкурс «Дополните высказывание»

Грамотный потребитель – это тот, кто:

- всегда соблюдает законы;
- всегда читает инструкцию и следует ей;
- сохраняет товарные, кассовые чеки, гарантийные талоны и квитанции;
- предъявляет только обоснованные претензии и доводит начатое дело до конца.

И главное, грамотным потребителем может считать себя лишь тот, кто знает свои права и не боится применять их на практике.

Обучающиеся выполняют задание 11 в рабочей тетради.

Конкурс «Знаток»

1. Какой товар надлежащего качества имеет право обменять потребитель, если он не подошел ему по форме, размеру, расцветке, габаритам?

- а. Видеомагнитофон.
- а. Мебельный гарнитур.
- в. Кашемировый свитер.

2. Условия договора, ущемляющие права потребителей по сравнению с законодательством:

- а. Могут включаться в договор только при наличии письменного согласия потребителя.
- б. Могут включаться в договор при продаже товара со скидкой.
- в. Не могут включаться в договор с потребителем, а если включены, то могут признаваться недействительными.

3. При передаче потребителю холодильника продавец обязан одновременно передать:

- а. Установленные изготовителем товара комплект принадлежностей и документы.
- б. Дополнительные комплектующие.
- в. Технический паспорт.

4. Продавец при рассмотрении претензии потребителя в связи с предоставлением недостоверной или недостаточно полной информации должен исходить из предположения:

- а. Об отсутствии у потребителя специальных познаний о свойствах и характере товара.
- б. О наличии у потребителя необходимых знаний, нужных для выбора товара.
- в. О наличии у потребителя специальных познаний о свойствах и характере товара.

5. Срок наступления соответствующего сезона для сезонных товаров определяется:

- а. Исходя из климатических условий места нахождения продавца.
- б. Исходя из климатических условий места нахождения изготовителя.
- в. Исходя из климатических условий места нахождения потребителей.

6. Сроки обмена качественного товара, не подошедшего по форме, размеру, фасону и т. д.:

- а. В течение 30 дней.
- б. В течение 14 дней.
- в. В течение 7 дней.

7. Если гарантийный срок на товар не установлен, то потребитель вправе предъявить требование о замене некачественного товара:

- а. В разумный срок, но в пределах одного года.
- б. В разумный срок, но в пределах шести месяцев.
- в. В разумный срок, но в пределах двух лет.

8. Закон «О защите прав потребителей» регулирует отношения, возникающие:

- а. Между гражданином-предпринимателем и продавцом (изготовителем, исполнителем).
- б. Между гражданином-потребителем и государством.
- в. Между гражданином-потребителем и продавцом (изготовителем, исполнителем).

9. Вред, причиненный вследствие недостатка товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара по выбору:

- а. Продавца или изготовителя товара.
- б. Потерпевшего.
- в. Изготовителя.

10. Всемирный день защиты прав потребителей отмечается:

- а. 18 марта.
- б. 20 марта.
- в. 15 марта.

Ключ

1	2	3	4	5
в	в	а	а	в
6	7	8	9	10
б	б	в	а	в

Обучающиеся выполняют задание 12 в рабочей тетради.

Преподаватель подводит итог занятия. Обучающиеся подсчитывают баллы, записывают результат в карту личных достижений.

Глоссарий

Потребитель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Срок службы – период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечить потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки, возникшие по его вине.

Срок годности – период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению.

Гарантийный срок – период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе, услуге) недостатка, изготовитель (исполнитель, продавец) обязан удовлетворить требования потребителя, установленные статьей 18 Закона РФ «О защите прав потребителей».

Литература

1. Никитин, А.Ф. Право: учебник для 10–11 кл. общеобр. учреждений / А.Ф. Никитин. – М.: Просвещение, 2008.
2. Практикум по праву / авт.-сост.: С.А. Зинина, Т.А. Корнева, Т.В. Шарова. – М.: Планета, 2010.
3. Сторчевой, М.А. Основы экономики: учебник / М.А. Сторчевой; под ред.

П.А. Ватника. – СПб.: Экономическая школа, 1999.

4. Яковлев, А.И. Основы правоведения: учебник для учащихся нач. проф. учеб. заведений / А.И. Яковлев. – М.: Академия, 2004.

Как потребителю защитить свои права

Конкретная ситуация в продовольственном магазине

1 Если приобретен продукт с просроченным сроком годности или продукт утратил свои съедобные качества до положенного срока



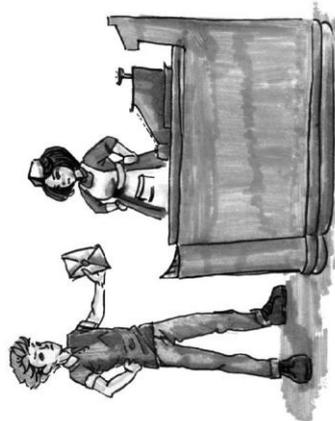
Потребителю должны заменить товар на свежий или вернуть уплаченную сумму. Отсутствие у потребителя кассового или товарного чека, удостоверяющих факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований

2 Если магазин не принимает устную претензию



Потребитель должен оформить ее письменно (с подписью о принятии претензии на экземпляре потребителя)

3 Если претензию в магазине брать отказываются



Потребитель должен отправить ее заказным письмом с уведомлением о вручении на юридический адрес (копию на фактический) торговой организации, в ведении которой находится магазин

Если претензии не принимают

1 Аккуратно упакуйте продукт в целлофан и положите в холодильник или морозилку



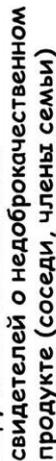
3 Зафиксируйте нанесенный вред у врача (справка), если вы пострадали от принятия в пищу продукта



5 Обратитесь в Роспотребнадзор или экспертную организацию. Напишите соответствующее заявление и отдайте товар на экспертизу



2 Заручитесь показаниями свидетелей о недоброкачественном продукте (соседи, члены семьи)



Сохраняйте рецепты и чеки, если в связи с этим покупали лекарства



Для обращения в общество защиты прав потребителей или суд необходимы следующие документы:

- экспертное заключение о недоброкачественности продукта
- чек (при отсутствии такового письменные показания свидетелей)
- письменная претензия с требованием возместить материальный и моральный ущерб
- другие документы (справка от врача, рецепты и чеки на лекарства и др.)

Таблица «Прочитай символ»

Стирка

	Стирка изделий с кипячением. Изделия из хлопка и льна, белое или цветное, стойкое к кипячению.
	Стирка изделий в горячей воде при 60°C. Изделия, не стойкие к кипячению, например, тонкое белье из хлопка или полиэстеровых тканей.
	Стирка изделий с нейтр. моющими средствами в теплой воде при макс. температуре 40°C. Например, темное цветное или пестрое изделие из хлопка, полиэст. и меланжевых тканей, тонкое белье из вискозы. и синтет. волокон.
	Стирка изделий с нейтральными моющими средствами в холодной воде при максимальной температуре 30°C. Например, шерстяные изделия, пригодные для стирки в машине (щадящая стирка).
	Допускается только ручная стирка. Не тереть, не отжимать. Текстильные изделия, не подлежащие стирке в стиральной машине. Температура стирки 30°C–40°C в зависимости от изделия.
	Не стирать. Изделия, несущие на себе этот знак, не подлежат стирке. Их следует подвергать химической чистке.
	Можно стирать.
	Щадящая стирка. Точно выдерживать температуру воды, не подвергать сильной механической обработке, при отжиге – медленный режим центрифуги.
	Деликатная стирка. Большое количество воды, минимальная механическая обработка, быстрое полоскание.
Сушка и отжим	
	Можно сушить.
	Не сушить; применяется вместе с символом «не стирать».
	Можно отжимать и сушить в стиральной машине или в электрической сушке для белья.
	Нельзя выжимать и сушить в стиральной машине или электросушилке.
	Не отжимать.
	Сушить при низкой температуре.

	Сушить при средней температуре.
	Сушить при высокой температуре.
	Щадящие отжим и сушка.
	Деликатные отжим и сушка.
	Вертикальная сушка.
	Сушить без отжима.
	Сушить на горизонтальной поверхности.
	Сушить в тени.
Химчистка	
	Сухая чистка (химчистка).
	Не подвергать химчистке.
	Химчистка с любым растворителем.
	Можно отбеливать.
	Не отбеливать, нельзя использовать хлоросодержащие моющие средства.
	Можно отбеливать с применением хлора.
	Отбеливать только без хлора.

Глажка	
	Можно гладить.
	Не гладить.
	Гладить при высокой температуре (до 200°C) Хлопок, лен, текстильные изделия во влажном состоянии. Только в этом режиме можно отпаривать белье.
	Гладить при высокой температуре (до 150°C) Хлопок, шелк, шерсть, полиэстер, вискоза. Гладить через слегка увлажненную ткань или утюгом с пароувлажнителем.
	Гладить при низкой температуре (до 110°C). Синтетические ткани: полиакрил, полиамид, полиэстер, ацетат.
	Не отпаривать.

Чтобы ваши вещи как можно дольше сохраняли свой внешний вид, необходимо учитывать символы на этикетках одежды.

Занятие 32. Итоговое занятие. Выходное тестирование (1 час)

Цели занятия:

- **образовательные** – проверка степени освоенности материала;
- **развивающие** – развитие интереса и формирование стимулов у обучающихся к приобретению экономических знаний;
- **воспитательные** – формирование нравственных качеств, уважительного отношения к деньгам, уважительного отношения к труду.

Методические приемы: тестирование, вопросно-ответная беседа.

Оборудование: раздаточный материал с заданиями для обучающихся, рабочая тетрадь.

Структура и ход занятия

1. Организационный момент. Преподаватель приветствует обучающихся.

2. Мотивация обучающихся. Определение темы и целей занятия.

Преподаватель: Вот мы с вами и завершили третий этап нашего путешествия по стране «Финансовая грамотность». Изучили третий модуль «Предпринимательство и основы финансовой безопасности». Наша цель сегодня – проверить, как вы освоили основные знания и умения по данному вопросу.

Но сначала давайте вспомним, какие темы мы с вами изучали.

Обучающиеся вместе с преподавателем вспоминают основной материал и главные понятия.

Преподаватель: Сегодня мы с вами заканчиваем путешествие по стране «Финансовая грамотность». В современном мире финансово грамотным считается человек, который

может не только правильно распорядится личным или семейным бюджетом, а может еще и грамотно вложить деньги и получать дополнительную прибыль в виде дивидендов.

Так как же все-таки сделать из себя финансово грамотного и независимого человека? Вот напоследок несколько советов:

1. Нужно читать больше книг о финансах и методах сохранения и приумножения денег, а также посещать курсы, выставки, семинары, посвященные этой теме.

2. Начинаяте откладывать от 10 до 30 процентов от зарплаты для вложения в какие-нибудь активы в будущем.

3. Учитесь расходовать деньги. Ведите учет своих доходов и расходов и анализируйте, где можно уменьшить расходы, а где – увеличить доходы.

4. Меняйте мышление с негативного на позитивное. Не думайте о том, как тяжело достаются вам деньги и быстро расходуются, а представляйте свои будущие прибыли.

5. Начните ставить себе цели. Это должны быть не цели, связанные с конкретными покупками, а цели, касающиеся приумножения вашего капитала.

6. Начните общаться с людьми, которые добились финансовых успехов. Общение с ними может зарядить вас позитивной энергией, да и дополнительные знания не помешают.

Запомните, что у большинства людей с первого раза может и не получиться. Главное, не отчаиваться и продолжать двигаться в выбранном направлении. Финансовая грамотность может кардинально изменить вашу жизнь к лучшему и сделать ее интересной и комфортной.

3. Контроль.

Преподаватель: Сейчас проведем итоговое тестирование по изученному материалу.

Выходной контроль

1. Необходимым условием осуществления предпринимательской деятельности является постановка на учет в налоговых органах. В течение какого срока предприниматели должны стать на учет в налоговом органе по месту жительства как налогоплательщики? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Срок	Да или Нет?
В течение 1 года	Да / Нет
В течение 10 дней	Да / Нет
В течение 5 лет	Да / Нет
В течение 20 лет	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Четыре верных ответа: Да, Нет, Нет, Нет в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

2. Татьяна купила платье, но придя домой, она обнаружила, что ей оно велико и не подходит по размеру. В какой срок она может вернуть платье в магазин? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Срок	Да или Нет?
через 21 день	Да / Нет
через месяц	Да / Нет
через год	Да / Нет

через 2 месяца	Да / Нет
в течение 14 дней	Да / Нет
на следующий день	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Шесть верных ответов: Нет, Нет, Нет, Нет, Да, Да в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

3. Друг Татьяны Андрей решил начать собственный бизнес по разведению кроликов. Он составил бизнес-план, в котором указал следующие сведения. Определите раздел бизнес-плана, в котором указывается данная информация.

Описание предприятия

1	2
Организационно-правовая форма	Малое предприятие «Krolic Sampany», специализирующееся на производстве и разведении кроликов-акселератов, продаже мяса, шкурок, племенного молодняка, клеток, чертежей клеток, а также отходов жизнедеятельности животных, на основе индивидуально-трудовой деятельности с целью получения прибыли для пополнения семейного бюджета.
Виды деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. выращивание кроликов 2. переработка мяса 3. фасовка мяса 4. дубление шкурок 5. шитье шапок 6. сбор и хранение шкурок для шуб 7. закупка кормов 8. хранение кормов 9. изготовление клеток 10. составление чертежей 11. продажа продукции
Виды выпускаемой продукции	<ol style="list-style-type: none"> 1. тушки кроликов 2. сбор и продажа внутренних органов 3. изделия из шкурок (цвет подбирает заказчик) 4. удобрение 5. клетки 6. экскурсии 7. продажа молодняка

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Раздел «Характеристика бизнеса»	- другие ответы - ответ отсутствует

4. На день рождения Ярослава Татьяна приобрела в магазине электрическую зубную щетку в подарок. Дома она обнаружила, что щетка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат.

Вопрос №1. Правы ли работники магазина?

Вопрос №2. Выберите из списка, какие из перечисленных товаров не подлежат возврату в магазин, при условии, что они надлежащего качества.

Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Товары	Да или Нет?
Телевизор	Да / Нет
Цветы	Да / Нет
Нижнее белье	Да / Нет
Микроволновая печь	Да / Нет
Животные	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ принимается не полностью – 0,5 балла	Ответ не принимается – 0 баллов
<p>Вопрос №1. Нет, не правы, так как щетка не работала, поэтому признается товаром ненадлежащего качества. И ссылка на то, что товар является медицинским, неправомерна.</p> <p>Вопрос №2. Пять верных ответов: Нет, Да, Да, Нет, Да в указанном порядке.</p>	<p>Дан правильный ответ только на один вопрос: Вопрос №1. Нет, не правы, так как щетка не работала, поэтому признается товаром ненадлежащего качества. И ссылка на то, что товар является медицинским, неправомерна.</p> <p style="text-align: center;">ИЛИ</p> <p>Вопрос №2. Пять верных ответов: Нет, Да, Да, Нет, Да в указанном порядке.</p>	<p>- другие ответы - ответ отсутствует</p>

5. Соседка Ярослава предприниматель. Она владеет салоном красоты «Фея». Ее вид деятельности относится к определенному виду предпринимательства. Выберите из списка вид предпринимательства, к которому относится салон красоты. Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Вид предпринимательства	Да или Нет?
Производственное	Да / Нет
Торгово-коммерческое	Да / Нет
Финансово-кредитное	Да / Нет

Страховое	Да / Нет
Посредническое	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Пять верных ответов: Да, Нет, Нет, Нет, Нет в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

6. Представьте себе ситуацию. Фирма изготавливает кроссовки, она несет следующие затраты:

- зарплата работникам,
- материал,
- электроэнергия,
- амортизация оборудования,
- налоги.

На производство одной пары кроссовок затрачивается 2500 рублей.

По какой цене лучше продать кроссовки оптовикам и почему:

- 2000 рублей;
- 2500 рублей;
- 3000 рублей?

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Если в рассуждениях присутствует указание на то, что продавать кроссовки оптовикам лучше по цене 3000 рублей, так как 500 рублей – прибыль, которая является источником дохода деловых людей.	- другие ответы - ответ отсутствует

7. Дядя Татьяны решил открыть стоматологический кабинет. Для осуществления своей деятельности он приобрел оборудование, первоначальная стоимость которого – 100 тыс. руб. Годовой размер амортизационных отчислений – 12 тыс. руб. Ликвидационная стоимость оборудования – 4 тыс. руб. Каков срок его службы?

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Если в рассуждениях присутствует указание на то, что срок службы оборудования - 8 лет, определяется $(100000 - 4000) / 12000$.	- другие ответы - ответ отсутствует

8. В результате разрыва трубы водоснабжения в квартире соседки Ярослава, которая проживает сверху, произошло затопление, и, как следствие, замыкание проводки, из-за чего сгорел телевизор стоимостью 43 600 руб. Износ телевизора на день страхового случая 25%. Какая сумма страхового возмещения будет выплачена семье Ярослава?

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
32 700 рублей. $(43\ 600 - (43\ 600 * 0,25)) = 43\ 600 - 10\ 900 = 32\ 700)$	- другие ответы - ответ отсутствует

9. Родители Ярослава купили автомобиль и застраховали его сроком на 1 год. Через полгода после покупки автомобиль попал в ДТП. В какой срок отец Ярослава обязан подать заявление о страховом случае в свою страховую компанию? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения.

Утверждения	Да или Нет?
через 1 месяц	Да / Нет
не позднее 10 дней с момента ДТП	Да / Нет
до конца действия договора страхования	Да / Нет
через полгода	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
Четыре верных ответа: Нет, Да, Нет, Нет в указанном порядке.	- другие ответы - ответ отсутствует

10. Семья Татьяны имела договор об охране квартиры с помощью средств сигнализации на сумму 2 млн руб., а также общий договор страхования домашнего имущества на сумму 3 млн руб. В период действия обоих договоров была совершена кража. Из квартиры было похищено имущество на сумму 6 млн руб., в том числе ювелирные изделия стоимостью 1,5 млн руб. Органы внутренних дел выплатили семье Татьяны 2 млн руб. Страховая компания на основании перечня похищенного имущества, составленного семьей и подтвержденного органами полиции, исчислила ущерб в размере 2,5 млн руб. Ювелирные изделия не были застрахованы. Какова сумма страхового возмещения?

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
1 млн руб. $(2,5\ \text{млн руб.} - (3\ \text{млн руб.} - 1,5\ \text{млн руб.}))$	- другие ответы - ответ отсутствует

11. Дядя Татьяны занимается предпринимательской деятельностью по производству мебели. За квартал им была сдана декларация по уплате налога по упрощенной системе налогообложения в налоговые органы. Объектом налогообложения являются доходы минус расходы. В расчетах по налогу была допущена ошибка. Определите ошибку, допущенную в расчетах.

Данные декларации

Доходы – 200 000 рублей;

Расходы – 150 000 рублей.

Налогооблагаемая база = $200\ 000 - 150\ 000 = 50\ 000$ рублей.

Ставка налога 6%.

Сумма налога к уплате в бюджет = $50\ 000 * 6\% = 3\ 000$ рублей.

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
<p>Если в рассуждениях присутствует указание на то, что ставка налога будет 15%, так как применяется при условии, что объект налогообложения Д – Р.</p> <p>Сумма налога к уплате в бюджет следовало рассчитать по ставке 15%. $(50\,000 * 15\%) = 7500$ руб. Неверно исчисленная сумма налога приведет к штрафным санкциям.</p>	<p>- другие ответы</p> <p>- ответ отсутствует</p>

12. Ярославу родители покупают фотоаппарат известной европейской фирмы. Технический паспорт написан на иностранном языке. На просьбу предоставить информацию на русском языке продавец отвечает, что перевод отсутствует. Какое право потребителя нарушил продавец? Обведите «Да» или «Нет» для каждого утверждения

Права потребителя	Да или Нет?
Право на информацию	Да / Нет
Право на просвещение	Да / Нет
Право на качество	Да / Нет
Право на возмещение ущерба	Да/ Нет
Право на безопасность товара	Да / Нет

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ

Ответ принимается полностью – 1 балл	Ответ не принимается – 0 баллов
<p>Пять верных ответов: Да, Нет, Нет, Нет, Нет в указанном порядке.</p>	<p>- другие ответы</p> <p>- ответ отсутствует</p>

Преподаватель: После того, как вы выполнили тест, подумайте: возникли ли у вас затруднения, какой вопрос показался вам наиболее сложным.

Обучающиеся отвечают.

Преподаватель: Пока я проверю ваши тесты, самостоятельно подведите итоги в карте личных достижений.

Обучающиеся самостоятельно подводят итоги в карте личных достижений.

Преподаватель объявляет результаты итогового теста. На усмотрение преподавателя и в зависимости от психологических особенностей группы обучающихся возможно награждение школьников «почетными званиями», «медальками».

Игровое поле «Экономические крестики-нолики»
(можно расчертить на доске)

Вопросы к игре «Экономические крестики-нолики»

1. Бизнес – это экономическая деятельность, направленная на получение прибыли.
2. Предприниматель – это человек, открывающий собственное дело и занимающийся бизнесом.
3. Умение рисковать – это одно из важнейших качеств предпринимателя.
4. Вид бизнеса по производству экономических продуктов:
 - а. финансовый;
 - б. страховой;
 - в. производственный;
 - г. торговый.
5. Вид бизнеса – предоставление денег в долг за вознаграждение:
 - а. финансовый;
 - б. страховой;
 - в. производственный;
 - г. торговый.
6. Вид бизнеса, связанный с куплей-продажей товаров:
 - а. финансовый;
 - б. страховой;
 - в. производственный;
 - г. торговый.
7. Вид бизнеса, который дает страховую защиту от возможных опасностей.
8. К чему стремится предприниматель?
9. Кого называют отцом экономической науки?

Ключ

1	2	3	4	5	6	7	8	9
да	да	да	в	а	г	страховой	прибыль	А. Смит

Вопросы для игры «Налоги»

Команда I

1. Что такое налог? (обязательный платеж в казну государства)
2. Какие налоги называются федеральными? (взимаются на территории всей РФ и зачисляются в федеральный бюджет)
3. В чем суть стимулирующей функции налогов? (развитие перспективных отраслей, обеспечивающих вложения инвестиций в основной капитал)
4. Какой налог перераспределяет доходы высокооплачиваемых слоев населения, посредством установления его на «предметы роскоши»? (акциз)
5. Какая функция налогов позволяет формировать доходы государства, необходимые для реализации политических, социально-экономических задач? (фискальная)
6. Что называется ценой? (денежное выражение стоимости товара)
7. Как называется разница между выручкой и себестоимостью? (прибыль)
8. В чем заключается основная функция налогов? (регулировать экономику)
9. Какой косвенный налог исчисляется продавцом при реализации товаров? (НДС)
10. В чью пользу выплачиваются налоги? (в пользу государства)
11. Какие существуют меры ответственности за налоговые правонарушения? (штрафы, пени, лишение права заниматься определенной деятельностью и занимать определенные должности, лишение свободы до 4 лет, арест и конфискация имущества...)

Команда II

1. Что такое Налоговая система РФ? (совокупность предусмотренных законодательством налогов и сборов, принципов, форм и методов их установления или отмена)
2. Какие налоги называются местными? (налоги, которые устанавливаются органами местного самоуправления и зачисляются в местный бюджет)
3. В чем суть Контрольной функции налогов? (количественное отражение налоговых поступлений и их сопоставления с потребностями государства в финансовых ресурсах; оценивание эффективности налогового механизма и контроль за движением финансовых ресурсов)
4. Что называется выручкой? (сумма цен, полученная от реализации продукции, работ, услуг)
5. Какие налоги взимаются на территории региона и зачисляются в региональный бюджет? (региональные)
6. Какая функция налогов позволяет формировать доходы и расходы государства, обеспечивая социальную защиту определенных категорий населения? (распределительная)
7. Что является стоимостной оценкой ресурсов, используемых в процессе производства товаров? (себестоимость)
8. Какой налог устанавливается на высокорентабельные товары, пользующиеся постоянным спросом? (акцизы)
9. Какой Федеральный, прямой налог оплачивают физические лица, получившие доходы? (НДФЛ)
10. С какого возраста физ. лицо может быть привлечено к налоговой ответственности? (с 16-летнего возраста)
11. Кто является налогоплательщиком? (организации и физические лица, на которых в соответствии с Налоговым Кодексом возложена обязанность уплачивать налог)

Учебное издание

**Финансовая грамотность для обучающихся
общеобразовательных организаций
Волгоградской области**

Модуль 3
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И
ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Авторы:

Абрамов Сергей Анатольевич, к. э. н.

Гусева Ирина Анатольевна, к. э. н.

Орлова Оксана Юрьевна

Костина Светлана Алексеевна

Бойченко Екатерина Павловна

Начальник отдела ИТОиТ
Ведущий редактор
Редактор
Компьютерная верстка
Художник

И.Н. Мусиенко
М.С. Бушкина
С.А. Бестужева
М.С. Бушкина
П.Р. Клинова

Подписано в печать 24.08.2015 г. Формат 60x84 1/8.
Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 107,88. Тираж 156 экз. Заказ 1039.

ГБПОУ «ВЭТК»
Редакционно-издательский сектор
400007, Волгоград, проспект Metallургов, 17

Отпечатано: ГБПОУ «ВЭТК»

© ГБПОУ «ВЭТК», 2015