



Финансирование
Европейского Союза



EU4Youth:

«Школьный сад» для развития сельскохозяйственного предпринимательства

Проект международной технической помощи

Руководство по программе тренингов для школьников «Бизнес и экономика»

Проект является частью инициативы EU4Youth, которая поддерживает возможности по трудоустройству и активное гражданство молодых людей в шести странах Восточного партнерства: Армения, Азербайджан, Беларусь, Грузия, Республика Молдова и Украина.

Пособие разработано в рамках проекта международной технической помощи «EU4Youth: «Школьный сад» для развития сельскохозяйственного предпринимательства», финансируемого Европейским союзом и софинансируемого Международным зеленым крестом. Проект направлен на создание сети учебно-производственных инкубаторов для развития современного сельскохозяйственного предпринимательства, профессионального и социального роста молодежи в небогатых и нуждающихся сельских населенных пунктах.

Пособие предназначено для школьных учителей, тренеров производственных инкубаторов «Школьный сад», сельской молодежи и всех интересующихся данной тематикой для организации занятий, факультативов, воспитательных и профориентационных мероприятий, разработки моделей сельских бизнесов и возможностей для самозанятости.

Данная публикация была подготовлена при поддержке Европейского союза и Международного зеленого креста. Ответственность за содержание данной публикации несет общественная организация «Белорусский зеленый крест», и она ни в коей мере не отражает точку зрения Европейского союза и Международного зеленого креста.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ЗАНЯТИЯ	6
1. ПРОФЕССИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ	6
Профессия.....	6
Типы профессий.....	6
Тест «Профессиональные предпочтения» (ДДО) (по классификации типов профессий Е.А. Климova).....	7
2. ИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ИСТОЧНИКИ.....	10
3. ЗАТРАТЫ И СЕБЕСТОИМОСТЬ	12
4. ДОХОДЫ И ПРИБЫЛЬ. РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ	14
Анализ рентабельности	14
Из истории знаменитых предпринимателей. Форрест Марс.....	16
5. БУХГАЛТЕРИЯ БИЗНЕСА.....	16
Документирование хозяйственных операций.....	17
*6. ПЛАН СЧЕТОВ И ДВОЙНАЯ ЗАПИСЬ.....	18
*7. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ (БАЛАНС И ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ (УБЫТКАХ))	20
Отчет о прибылях (убытках).....	23
8. LEAN CANVAS	24
Из истории знаменитых предпринимателей. Братья Макдоналд и Реймонд Крок.....	29
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	31
*1. ОТ АНАЛИЗА ЗАТРАТ ДО РАЗРАБОТКИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ.....	31
Введение	31
Зачем нужен анализ затрат.....	31
Различные виды затрат.....	32
Различные виды расчета стоимости.....	36
Ценовая политика	42
*2. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЕКТА. ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР КОМПАНИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ МОРОЖЕНОГО.....	44
Введение и презентация Фонда Иоанна Павла II	44
Оценка и анализ рынка.....	45
Подготовка бизнес-плана и стратегия нового бизнеса.....	46
Первые бизнес-идеи в Школьном саду.....	48

ПРИЛОЖЕНИЯ.....	52
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. СЛОВАРЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ	52
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. С ЧЕГО НАЧАТЬ СВОЕ ДЕЛО?	58
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕУСПЕВАЮЩЕГО И НЕУДАЧНИКА	60
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ВИКТОРИНЫ	61
Анатомия и теория денег	61
Иностранная валюта	62
История денег	65
Литературные деньги	70
История денег на Беларуси	72

ВВЕДЕНИЕ

Данное руководство разработано в рамках проекта международной технической помощи «EU4Youth: «Школьный сад» для развития сельскохозяйственного предпринимательства», финансируемого Европейским союзом и софинансируемого Международным зеленым крестом. Проект направлен на создание сети учебно-производственных инкубаторов для развития современного сельскохозяйственного предпринимательства, профессионального и социального роста молодежи в небогатых и нуждающихся сельских населенных пунктах. Руководство предназначено для школьных учителей, тренеров производственных инкубаторов «Школьный сад», сельской молодежи и всех интересующихся данной тематикой, включает материалы тренингов среднего уровня сложности.

Каждый из нас обладает самыми разными талантами, навыками и умениями. Один с удивительной легкостью исправляет технические неполадки у пылесосов, велосипедов, светильников или кранов. У другого всегда вырастает прекрасный урожай, несмотря ни на какие капризы погоды. Третий запросто находит общий язык с детьми и взрослыми любого возраста.

И в какой-то момент мы задаемся важными вопросами: что мне делать со своими способностями? как правильно распорядиться? как мои умения могут стать источником дохода, желательно постоянного и надежного? может быть, пришло время попробовать свои силы в качестве предпринимателя? на кого и на что я смогу опереться?

В тренинге «Бизнес и экономика» мы изучим самые основные понятия и правила экономической науки и узнаем, как грамотно начать путь предпринимателя.

Наш тренинг разделен на три главные части: практическая, теоретическая и приложения.

В первой части вы найдете 10 практических тренингов, составленных профессиональным экономистом специально для подростков. В теоретическую часть мы включили две лекции итальянских специалистов и подборку информации для сравнения и выбора подходящей формы предпринимательства на начальном этапе. Этим разделом заинтересуются ребята, у которых есть склонности к созданию бизнеса и способности к более серьезному изучению законов экономики.

Некоторые занятия и лекции помечены звездочкой (*), так как содержат узкоспециальные материалы.

Товар, услуга, договор, цена, стоимость, кредит, банк, проценты, маркетинг, рынок – все эти понятия нам хорошо знакомы. Здесь мы будем подробнее говорить о содержании этих понятий, рассмотрим их взаимосвязи и попробуем разработать свой собственный бизнес-план. Собственный не означает единоличный! Известно, что самые успешные бизнесы всегда строились и строятся командой, в партнерстве с членами семьи, друзьями, одноклассниками.

В приложении педагоги и школьники смогут найти полезные прикладные материалы, например тематические викторины, планы классных часов и другое. Удачи!

ЗАНЯТИЯ

1. ПРОФЕССИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Задача:

Ознакомиться с понятием «профессия» и пятью типами профессий, пройти экспресс-тестирование и обсудить его результаты.

Рассматриваемые вопросы:

Компоненты, составляющие профессию. Важность индивидуальной предрасположенности к типу профессии.

Продолжительность: 40–60 минут.

! Для тестирования необходимо распечатать для каждого участника тест «Профессиональные предпочтения» (дифференциально диагностический опросник, далее – ДДО) и Лист ответов для расшифровки.

Профессия

Профессия – это род трудовой деятельности, который требует владения определенными знаниями, умениями и навыками. Чтобы получить профессию, необходимо пройти специальную теоретическую и практическую подготовку.

При делении профессий на типы учитывают четыре основных составляющих:

- Предмет труда
- Цель труда
- Орудия труда
- Условия деятельности

Когда человек работает, его внимание направлено на предмет труда: сырье, материалы, заготовки, полуфабрикаты. С этим предметом надо что-то сделать – это цель труда. Реализуется эта цель посредством орудий труда: инструменты, оборудование, приспособления, станки, механизмы, машины, которые человек использует для обработки предмета труда. И, конечно, для человека важно знать условия, в которых он работает: за станком или за столом, в помещении или вне помещений, с предметами, с людьми, с документами и так далее. В соответствии с этими четырьмя признаками и строится классификация профессий, которую удобно использовать для профессионального самоопределения.

Типы профессий

По первому признаку – предмету труда – все существующие профессии и специальности можно разделить на пять типов.

Тип 1. Самыми распространенными являются профессии, где в качестве предмета труда выступает техника. Обозначим этот тип буквой «Т» («человек – техника»). К нему относятся все профессии, связанные с обслуживанием техники, ее ремонтом, установкой и наладкой, управлением, в том числе с управлением подъемными и транспортными средствами: *слесарь-ремонтник, наладчик технологического оборудования, водитель, техник, механик.*

Сюда же входят и профессии специалистов по производству и обработке металлов, их механической сборке и монтажу, а также по сборке и монтажу электрооборудования: *слесарь-механик, токарь, сталевар, сборщик часов, инженер-физик* и др.

К этому типу также относятся профессии, связанные с ремонтом и монтажом любых сооружений и конструкций: *архитектор, строитель, сантехник* и др.

В эту же группу включают профессии специалистов по обработке и использованию неметаллических изделий, полуфабрикатов, промышленных товаров: *заготовщик верха обуви, огранщик алмазов, ткач, столяр* и др.; по переработке сельхозпродукции: *пекарь, кондитер* и др.; по добыче и обработке горных пород, грунтов: *проходчик, шахтер* и др.

Тип 2. Следующий тип профессий – «человек – человек» (**Ч**). Труд таких специалистов направлен на воспитание, обучение и информирование, бытовое, торговое и медицинское обслуживание людей. Он связан с управлением, руководством людьми, коллективом. К этому типу профессий относятся, например, *экскурсовод, учитель, продавец, консультант, менеджер, врач*.

Тип 3. Особо выделяется тип профессий «человек – природа» (**П**). Конечно, любой предмет на земле и сам человек – часть природы. Но когда мы связываем деятельность человека с природой, имеется в виду живая природа и, прежде всего, растительные и животные организмы, микроорганизмы. Конечно, это не значит, что специалисты этого типа профессий не связаны с техникой, но для них она выступает средством, а не основным предметом труда. Примеры таких профессий: *микробиолог, рыбовод, тракторист, ветеринарный врач, доярка, цветовод*.

Тип 4. Часто объектом труда выступают различные знаки: устная или письменная речь, цифры, химические и физические символы, ноты, схемы, карты, графики, схематичные рисунки, дорожные знаки и т.п. Такие профессии относятся к типу «человек – знаковая система» (**З**). Это, например, *корректор, экономист, стенографистка, машинистка, чертежник, топограф, нотографик*.

Тип 5. Некоторым людям нравятся профессии, которые связаны с изобразительной, музыкальной, литературно-художественной и актерской деятельностью. Это профессии типа «человек – художественный образ» (**Х**): *модельер, витражист, фотограф-художник, музыкант, артист, актер, журналист* и др.

Тест «Профессиональные предпочтения» (ДЮ) (по классификации типов профессий Е.А. Климова)

Предположим, что после соответствующего обучения вы сможете выполнить любую работу. Но если бы вам пришлось выбирать только из двух возможностей, что бы вы предпочли?

В каждой из 20 пар предлагаемых видов деятельности выберите только один вид и в соответствующей клетке листа для ответов поставьте знак «+». Делайте свой выбор быстро, интуитивно.

1а. Ухаживать за животными	или	1б. Обслуживать машины, приборы (следить, регулировать)
2а. Помогать больным	или	2б. Составлять таблицы, схемы, программы для вычислительной техники
3а. Следить за качеством книжных иллюстраций, плакатов, художественных открыток	или	3б. Следить за состоянием, развитием растений
4а. Обработать материалы (дерево, ткань, металл, пластмассу и т.п.)	или	4б. Доводить товары до потребителя, рекламировать, продавать
5а. Обсуждать научно-популярные книги, статьи	или	5б. Обсуждать художественные книги (или пьесы, концерты)

6а. Выращивать молодняк (животных какой-нибудь породы)	или	6б. Тренировать товарищей (или младших) в выполнении каких-либо действий (трудовых, учебных, спортивных)
7а. Копировать рисунки, изображения (или настраивать музыкальные инструменты)	или	7б. Управлять каким-нибудь грузовым (подъемным или транспортным) средством – подъемным краном, трактором, тепловозом и т.п.
8а. Сообщать, разъяснять людям нужные им сведения (в справочном бюро, на экскурсии и т.д.)	или	8б. Оформлять выставки, витрины (или участвовать в подготовке пьес, концертов)
9а. Ремонтировать вещи, изделия (одежду, технику), жилище	или	9б. Искать и исправлять ошибки в текстах, таблицах рисунках
10а. Лечить животных	или	10б. Выполнять вычисления, расчеты
11а. Выводить новые сорта растений	или	11б. Конструировать, проектировать новые виды промышленных изделий (машину, одежду, дома, продукты питания и т.п.)
12а. Разбирать споры, ссоры между людьми, убеждать, разъяснять, наказывать, поощрять	или	12б. Разбираться в чертежах, схемах, таблицах (проверять, уточнять, приводить в порядок)
13а. Наблюдать, изучать работу кружков художественной самодеятельности	или	13б. Наблюдать, изучать жизнь микробов
14а. Обслуживать, налаживать медицинские приборы, аппараты	или	14б. Оказывать людям медицинскую помощь при ранениях, ушибах, ожогах и т.п.
15а. Составлять точные описания-отчеты о наблюдаемых явлениях, событиях, измеряемых объектах и др.	или	15б. Художественно описывать, изображать события (наблюдаемые и представляемые)
16а. Делать лабораторные анализы в больнице	или	16б. Принимать, осматривать больных, беседовать с ними, назначать лечение
17а. Красить или расписывать стены помещений, поверхность изделий	или	17б. Осуществлять монтаж или сборку машин, приборов
18а. Организовывать культпоходы сверстников или младших в театры, музеи, экскурсии, туристические походы и т.п.	или	18б. Играть на сцене, принимать участие в концертах
19а. Изготавливать по чертежам детали, изделия (машины, одежду), строить здания	или	19б. Заниматься черчением, копировать чертежи, карты
20а. Вести борьбу с болезнями растений, с вредителями леса, сада	или	20б. Работать на клавишных машинах (пишущей машинке, компьютере, наборной машине и т.п.)

Лист ответов к тесту ДДО

1		2		3		4		5	
1а		1б		2а		2б		3а	
3б		4а		4б		5а		5б	
6а				6б				7а	
		7б		8а				8б	
		9а				9б			
10а						10б			
11а		11б		12а		12б		13а	
13б		14а		14б		15а		15б	
16а				16б				17а	
		17б		18а				18б	
		19а				19б			
20а						20б			
Итого		Итого		Итого		Итого		Итого	

После этого подсчитайте количество знаков «+» в каждом из пяти столбцов. Каждый столбец соответствует определенному типу профессий. Вам подходит тот вид профессий, который получил максимальное количество знаков «+».

Название типов профессий по столбцам:

- 1) «человек – природа» – все профессии, связанные с растениеводством, животноводством и лесным хозяйством;
- 2) «человек – техника» – все технические профессии;
- 3) «человек – человек» – все профессии, связанные с обслуживанием людей, с общением;
- 4) «человек – знаковая система» – все профессии, связанные с обсчетами, цифровыми и буквенными знаками, в том числе и музыкальные специальности;
- 5) «человек – художественный образ» – все творческие специальности.

2. ИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ИСТОЧНИКИ

Никогда не следует затрачивать более 99 центов на получение одного доллара.

Питер Ф. Драккер

Задача:

Кратко познакомиться со структурой имущества предприятия.

Рассматриваемые вопросы:

Что такое средства производства. Состав имущества предприятия: оборотные и внеоборотные активы. Что такое собственные и заемные средства.

Продолжительность: 40–60 минут.

Что необходимо для начала производственного процесса?

Для материального обеспечения организации необходимо наличие, прежде всего, **средств производства**. Все средства производства делятся на две группы: средства труда (оборудование, станки, машины) и предметы труда (материалы, сырье, заготовки).



Рис. 2.1. Состав имущества организации

Средства труда используются на протяжении длительного срока. Все это время они переносят свою стоимость на производимый продукт по частям (**амортизация**), **срок амортизации** может быть разным для разных предметов. Например, для стула это может быть 6 месяцев, для принтера – 1 год, для трактора – 5 лет. Средства труда вместе с нематериальными активами (лицензии, патенты и пр.) и капитальными вложениями (здания, сооружения) составляют **внеоборотные активы**.

Предметы труда переносят свою стоимость на стоимость продукта сразу и требуют постоянного обновления. Например, доски, клей и саморезы для изготовления мебели мы расходует быстро, не оставляем на два года на складе. Предметы труда вместе с готовой продукцией, денежными и финансовыми активами, долгами нашему предприятию составляют

оборотные активы. Внимательно рассмотрите схему, отражающую Движение – Круговорот – оборотных активов, на рисунке ниже.

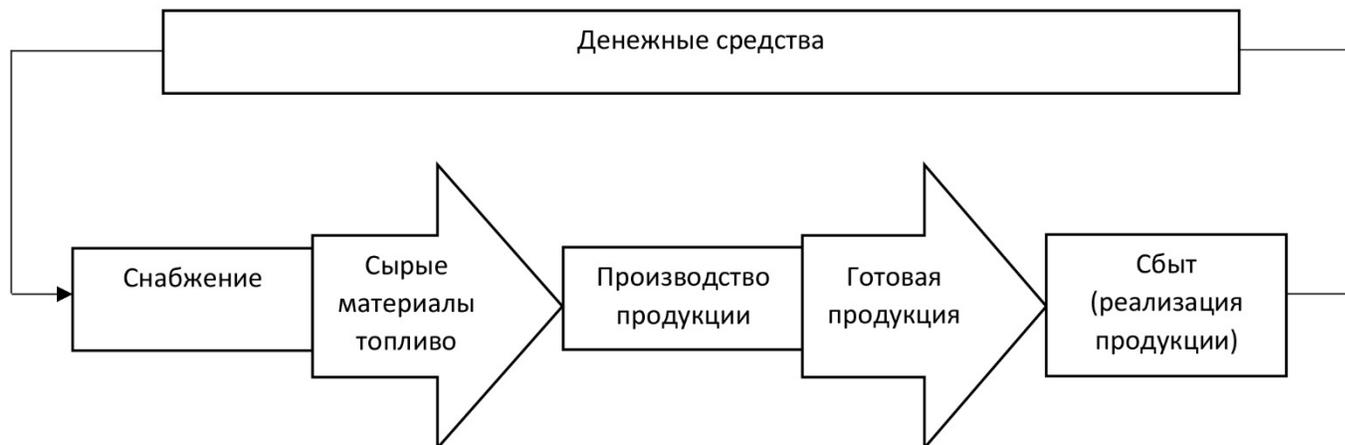


Рис. 2.2. Движение оборотных средств (стадии производственного цикла).

Все активы, составляющие имущество организации, имеют свои источники формирования, то есть имущество образовано за счет чьих-то средств – собственных или заемных (привлеченных).

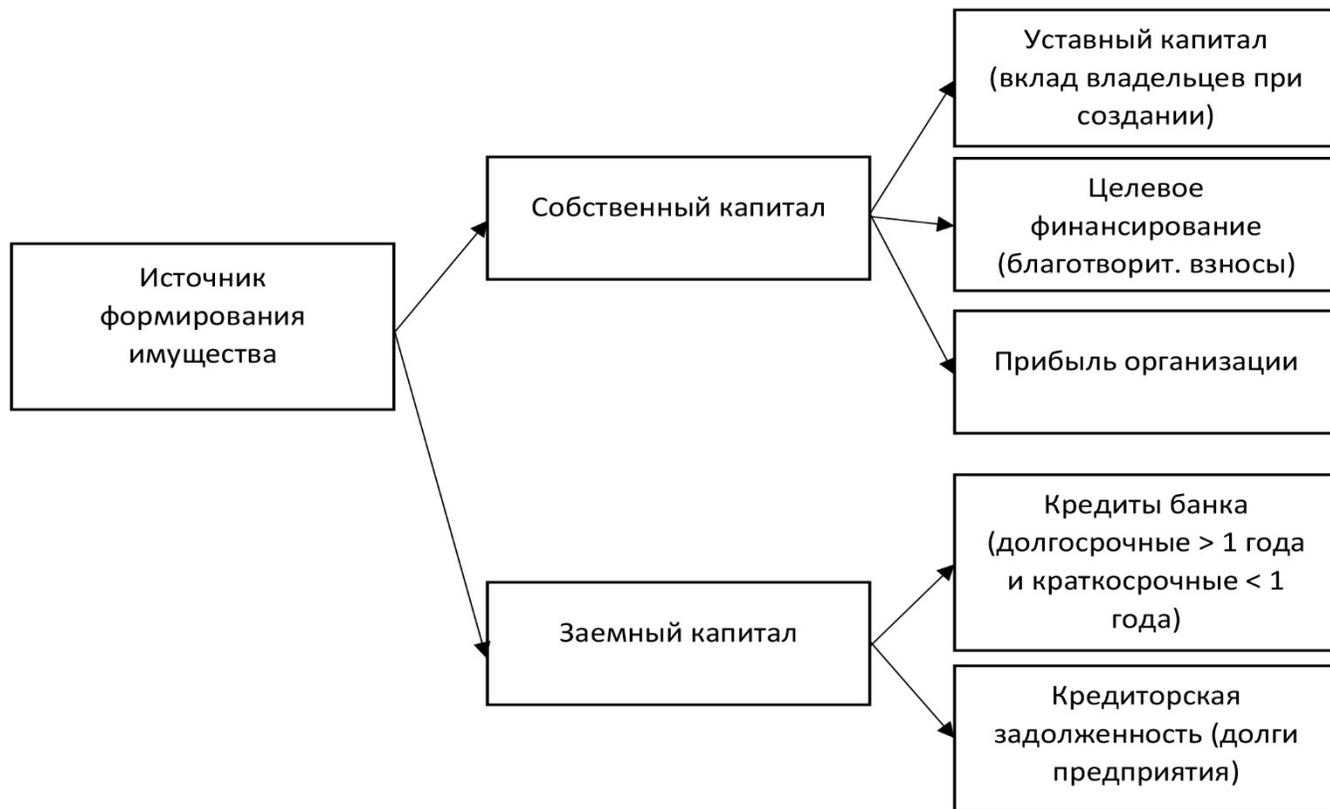


Рис. 2.3. Источники формирования имущества.

Задание:

Представьте, что вы владелец крестьянско-фермерского хозяйства (КФХ), занимающегося выращиванием кроликов. Дополните эти списки для вашего предприятия:

- основные средства: трактор, навесное оборудование, сарай для животных, клетки, поилки...
- оборотные средства: кролики, корма, крольчатина в морозильнике, 1000 руб. на счету в банке, 100 руб. которые вам должен сосед...

3. ЗАТРАТЫ И СЕБЕСТОИМОСТЬ

Задача:

Кратко познакомиться со структурой затрат предприятия.

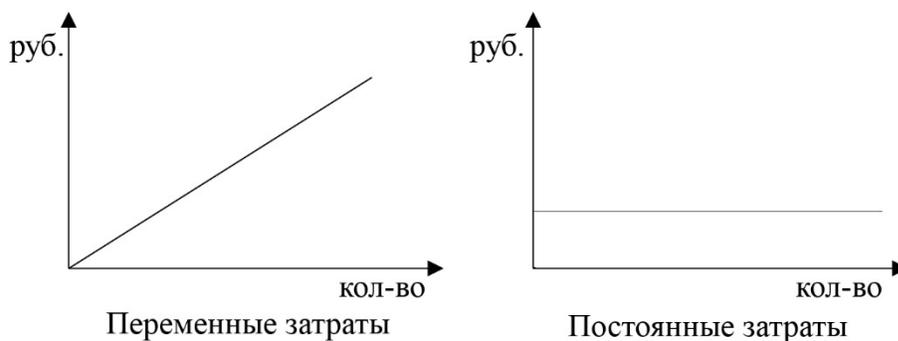
Рассматриваемые вопросы:

Что такое затраты. Виды затрат: переменные и постоянные.

Что такое себестоимость. Основные элементы себестоимости.

Продолжительность: 40–60 минут.

На приобретение ресурсов каждое предприятие тратит деньги. Количество приобретенных ресурсов и их цены определяют величину **затрат** на производство и реализацию продукции. Затраты делятся на *переменные* и *постоянные*.



Постоянные затраты не изменяются при изменении объемов продукции. Они остаются примерно одинаковыми в течение довольно длительного времени. Они существуют даже при нулевом выпуске продукции (затраты на аренду помещения, его эксплуатацию и охрану, амортизация, оплата труда бухгалтера).

Например, если вы взяли в аренду магазин, размер месячной платы не будет зависеть от того, сколько часов в день ведется торговля – будете вы торговать 10 часов в день, или круглосуточно, или на какое-то время вообще закроете магазин, все равно нужно ежемесячно покрывать расходы на его аренду.

В противоположность этому **переменные затраты** зависят от масштабов производства: чем больше его объем, тем больше труда, материалов, энергии используется и, следовательно, тем выше эти затраты.

В примере с магазином: переменные затраты в виде расходов на оплату работы продавцов будут возрастать при увеличении времени работы магазина.

Все то, что потратила организация на изготовление и продажу продукции, называется **себестоимостью**. «Стоимость себе» – то есть во сколько это обошлось самому производителю. Продавая затем свою продукцию, он стремится вернуть то, что потратил.

Пример задачи на расчет производственной себестоимости:

Папа Карло купил токарный станок за 90 золотых для изготовления Буратин, срок службы станка 5 лет. Карабас Барабас сдает ему каморку под производство в аренду по 3,6 золотых в месяц. Деревянные заготовки обходятся Папе Карло по 0,55 золотых за 1 штуку. Свой труд, затраченный на производство одного Буратино, он оценил в 1 золотой. Обязательные отчисления в Фонд социальной защиты населения (ФСЗН) составляют 34% от фонда оплаты труда (далее – ФОТ). Производительность труда Папы Карло составляет 10 Буратин в месяц. Какова себестоимость одного Буратино?

Решение:

1) Рассчитаем амортизацию токарного станка в месяц:

$$90 \text{ золотых} / (5 \text{ лет} \times 12 \text{ месяцев}) = 1,5 \text{ золотых}$$

2) Узнаем, сколько постоянных затрат приходится на изготовление одного Буратино:

$$(\text{Аренда} + \text{амортизация}) / \text{количество Буратин} =$$

$$(3,6 \text{ золотых} + 1,5 \text{ золотых}) / 10 \text{ Буратин} = 0,51 \text{ золотого}$$

3) А теперь посчитаем, сколько переменных затрат приходится на производство одного Буратино:

$$\text{Цена одной деревянной заготовки (0,55 золотого)} + \text{оплата труда Папы Карло (1 золотой)} + \text{отчисления от ФОТ (оплата труда} \times 34\%, \text{ или } 1 \text{ золотой} \times 34\% = 0,34 \text{ золотого)} = 1,89 \text{ золотых}$$

4) Остается рассчитать себестоимость одного Буратино:

$$\text{Постоянные затраты на одного Буратино} + \text{Переменные затраты на одного Буратино} =$$

$$= 0,51 \text{ золотого} + 1,89 \text{ золотых} = 2,4 \text{ золотых.}$$

Ответ: себестоимость одного Буратино составляет 2,4 золотых.

В примере рассчитывается **производственная себестоимость**. Когда мы прибавим к ней дополнительные затраты, связанные с реализацией Буратин, например расходы по рекламе, упаковке, доставке покупателям, то получится **полная себестоимость**.

Таким образом, выделяются следующие основные **статьи затрат** на производство и реализацию продукции:

1. Материалы (в нашем примере деревянные заготовки), инструменты (стамески, ножи, и прочие приспособления) и оборудование. Кроме того, современное производство невозможно без электроэнергии: работникам необходимо освещение, оборудование потребляет электроэнергию, поэтому во многих отраслях промышленности эти затраты составляют большую долю в себестоимости продукции.

2. Заработная плата (оплата труда Папы Карло), а также дополнительные отчисления в бюджет, составляющие определенный процент от суммы заработной платы. На настоящий момент в Республике Беларусь это 34%. Подробнее об этом – в разделе «Налоговая система Беларуси».

3. Прочие производственные расходы (аренда каморки, амортизационные отчисления от стоимости токарного станка).

4. Непроизводственные расходы (реклама, почтовые и транспортные расходы, аренда ларька на ярмарке и т.д.).

5. Прибыль. Она нужна для развития нашего предприятия: для закупки нового оборудования, более современных материалов и инструментов (подробнее об этом речь пойдет в следующем занятии).

6. Налог на добавленную стоимость (НДС), на прибыль, прочие налоги.

Чем выше себестоимость продукции, тем большей окажется цена, по которой предприятие предложит покупателям приобрести свои изделия. Чтобы сформировать лучшую цену для успешных продаж, предприятие должно найти правильное сочетание между себестоимостью и размером прибыли.

Задание:

1. Назовите переменные и постоянные затраты КФХ на выращивание и продажу кроликов.

2. Посчитайте все ваши затраты за три летних месяца – от закупки крольчат до продажи взрослых кроликов на рынке.

3. Рассчитайте себестоимость 1 кг живого веса кролика. По какой цене (за 1 кг живого веса) вы должны продать своих кроликов, чтобы окупить свои расходы?

4. ДОХОДЫ И ПРИБЫЛЬ. РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

Произведя продукцию, предприятие должно ее реализовать – продать. Для этого определяется цена продукции. Производитель устанавливает цену с учетом того, что ему нужно вернуть себе затраченные средства (себестоимость) и получить некоторую прибавку – **прибыль**.

Доход производителя определяется умножением цены продукции на количество проданных единиц. Однако повышение цены не всегда ведет к повышению дохода. По законам рынка покупатели могут и отказаться от покупки дорогостоящей продукции.

Поэтому, назначая цену, производитель, с одной стороны, ориентируется на себестоимость, желая, чтобы цена продукции была выше нее, а с другой – на спрос, поскольку ему необходимо продать все, что произведено.

Прибыль – это конечный результат, ради которого организация осуществляет свою деятельность. Чтобы рассчитать прибыль, нужно из полученного дохода вычесть себестоимость.

$$\text{Прибыль} = \text{Доход} - \text{Себестоимость}$$

Если себестоимость выше, чем доход, получаемый от реализации продукции, то предприятие несет **убытки**.

Анализ рентабельности

В условиях современного рынка необходимо регулярно анализировать эффективность производства с целью предотвращения убытков. Этот процесс называется **анализом рентабельности**.

Рентабельность (прибыльность) – показатель экономической эффективности производства. Может рассчитываться по виду выпускаемой продукции или по предприятию в целом. Определяется отношением прибыли к себестоимости.

$$\text{Рентабельность} = \text{Прибыль} / \text{Себестоимость}$$

Порог рентабельности (точка безубыточности) – это такой объем продаж, при котором доходы и расходы равны. Его размер в денежном выражении рассчитывается отношением:

$$\text{Порог рентабельности} = (\text{Выручка от реализации} \times \text{Постоянные затраты}) / (\text{Выручка от реализации} - \text{Переменные затраты})$$

Для расчета порога рентабельности в единицах (штуках) используется следующая формула:

$$\text{Порог рентабельности} = \text{Постоянные затраты} / (\text{Выручка на единицу продукции} - \text{Средние переменные затраты на единицу продукции})$$

Порог рентабельности показывает доход от деятельности, при котором бизнес еще не получает прибыли, но уже не несет убытков. То есть дохода хватает на восполнение переменных затрат и оплату постоянных расходов.

А теперь вернемся к Папе Карло.

Пример задачи на расчет порога рентабельности:

Исходя из потребностей рынка Папа Карло установил цену на Буратино в размере 3,71 золотых.

Как мы знаем, стоимость аренды каморки в месяц составляет 3,6 золотых, стоимость амортизации станка в месяц – 1,5 золотых, а переменные затраты на производство одного Буратино – 1,89 золотых. А теперь узнаем, какое минимальное количество Буратино в месяц должен продавать Папа Карло, чтобы выйти «на ноль», то есть не иметь прибыли, но и не иметь убытка.

Решение:

1) Рассчитаем сумму постоянных расходов на производство в месяц:

Стоимость аренды каморки в месяц + Стоимость амортизации станка в месяц =
= 3,6 золотых + 1,5 золотых = 5,1 золотых

2) Рассчитаем порог рентабельности в штуках:

Постоянные расходы на производство в месяц / (Цена одного Буратино – Переменные расходы на производство одного Буратино) = 5,1 золотых / (3,71 золотых – 1,89 золотых) =
= 2,8 золотых (и округлим до целого в большую сторону) = 3 Буратино

Ответ: Папе Карло необходимо продавать в месяц не менее трех Буратино, чтобы его деятельность не была убыточной.

Алгоритм анализа рентабельности

Шаг 1. Рассчитайте переменные и постоянные затраты.

Шаг 2. Определите величину постоянных расходов на единицу продукта.

Шаг 3. Вычислите порог рентабельности продажи продукта.

Шаг 4. Оцените доход или убыток при различных объемах продаж.

Шаг 5. Учтите в бизнес-плане полученные результаты.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое убытки?
2. Для чего рассчитывают порог рентабельности?

Из истории знаменитых предпринимателей. Форрест Марс

Родившись в 1904 г. в семье небогатого американского кондитера, Форрест Марс с детства мечтал стать знаменитым кондитером. Его отец делал дешевые конфеты, а мать их продавала. Однажды Форрест с отцом пил молочный коктейль, и ему пришла в голову потрясающая идея: что если наполнить шоколадную конфету молочным коктейлем. Отец решил попробовать, добавив в коктейль немного карамели. Так появился батончик Milky Way. Новое лакомство пришлось по вкусу покупателям и принесло громадные прибыли.

В 1932 г. уже самостоятельно Форрест Марс арендовал кондитерский цех, внес некоторые изменения в рецептуру Milky Way и начал выпускать батончик Mars. Для того чтобы обеспечить сбыт нового изделия, предприниматель пошел на некоторую хитрость. Он объявил, что батончик Mars – это не лакомство, а еда, дающая человеку энергетический заряд, снимающая усталость и нервное напряжение. Потребители поверили, новый батончик полюбили и стали охотно покупать.

Следующим изобретением Марса стало шоколадное драже M&M's. Новинка под девизом «шоколад, который не пачкает руки» тоже пришлась по вкусу потребителям.

Еще одно удачное изобретение Форреста Марса – рис быстрого приготовления. В годы Второй мировой войны этот продукт был незаменим на фронте. В 1946 году этот продукт получил торговое название Uncle Ben's и продолжает по сей день пользоваться популярностью.

После войны Марс освоил еще одно направление бизнеса. Он первым придумал и наладил производство продуктов питания для кошек и собак.

5. БУХГАЛТЕРИЯ БИЗНЕСА

Деньги любят счет.

Имей грамотного бухгалтера (будь им сам!) или не начинай своего дела!

Распространено мнение, что учет, особенно бухгалтерский – это что-то очень скучное и очень специальное, в чем трудно разобраться. Некоторые думают, что предприниматель все равно сам не занимается учетом, на это у него должен быть бухгалтер, а значит, и вникать во все эти счета, балансы и прочие премудрости нет смысла. Но, во-первых, достаточно часто предприниматели на первых порах вынуждены совмещать в своем лице и руководителя, и производителя, и бухгалтера. А во-вторых, даже не занимаясь учетом самостоятельно, предприниматель должен знать его достаточно хорошо, чтобы уметь пользоваться обширной информацией, которая накапливается в процессе бухгалтерского учета, быть в состоянии контролировать хозяйственную и финансовую ситуацию на предприятии, выявлять проблемы, чтобы *принимать правильные решения*. В-третьих, на основании данных бухгалтерского учета начисляются и выплачиваются налоги, то есть строятся экономические и правовые отношения с государством.

Система бухгалтерского учета и отчетности построена так, что хронологически и систематически фиксируется вся производственная и финансовая деятельность предприятия,

наличие и движение средств, их источники, что позволяет осуществлять непрерывное текущее наблюдение и контроль за хозяйственными операциями.

История бухгалтерского учета насчитывает почти шесть тысяч лет. В 1494 г. друг Леонардо да Винчи, ученый-математик, францисканский монах Лука Пачоли в одиннадцатом трактате «О счетах и записях» описал систему **двойной записи**.

Система двойной записи используется во всем мире и сейчас: каждая операция записывается (отражается) в двух местах, что исключает случайную потерю данных и дает возможность самоконтроля. Большинство стран применяет единый международный стандарт.

Современные предприятия пользуются специальными программами для ведения учета. Например, самая популярная в Беларуси, Украине и Молдове – программа **1С: Бухгалтерия**.

Основы организации и ведения бухгалтерского учета, требования к бухгалтерской отчетности регулируются национальным законодательством.

Документирование хозяйственных операций

Абсолютно все производимые на предприятии хозяйственные операции, имеющие денежное выражение, должны оформляться соответствующими документами.

Эти документы являются **первичными учетными документами**, на основании которых ведется бухгалтерский учет. Первичные документы должны быть составлены в момент совершения операции или непосредственно по окончании операции на бланках установленной формы с заполнением всех **реквизитов** (обязательных сведений):

- наименование документа;
- дата составления;
- наименование организации, составившей документ;
- измерители хозяйственной операции (в натуральном и денежном выражении);
- указание должностных лиц, совершивших операцию, и их подписи.

Некоторые виды документов и их назначение:

Накладная (товарная ТН и товаротранспортная ТТН) – документ, используемый при перемещении товара от одной организации другой (или от одного лица другому).

Товаром являются основные средства, материалы, готовая продукция.

Выполненные работы и оказанные услуги оформляются **актом выполненных работ или оказанных услуг** соответственно.

Платежное поручение – это документ, содержащий поручение банку о переводе денежных средств по безналичному расчету.

Чек необходим для процедуры снятия наличных денег с расчетного счета.

Приходный кассовый ордер – документ для фиксирования наличных денежных средств, поступивших в кассу. Соответственно, **расходный кассовый ордер** свидетельствует о выдаче наличных из кассы.

Документы должны быть оформлены аккуратно, все записи сделаны четко и разборчиво. В кассовых и банковских документах исправления делать не разрешается.

После обработки и фиксирования хозяйственных операций в системе бухгалтерского учета документы хранят в архиве организации в течение определенного срока (для разных документов эти сроки разные). Предприятие несет ответственность за правильность **ведения документооборота**.

Вопросы для самопроверки

1. В чем сущность бухгалтерского учета?
2. Для чего необходимо вести документацию?

*6. ПЛАН СЧЕТОВ И ДВОЙНАЯ ЗАПИСЬ

Для учета и описания всего имеющегося в распоряжении предприятия имущества, денежных средств, его долговых обязательств и т.д., а также фиксации всех хозяйственных операций принято использовать специальные учетные позиции – счета.

Теперь вспомним состав имущества организации и источники его формирования (см. рис. 2.1 и 2.3). Каждому виду имущества и его источнику присваивают вместо длинного названия номер (основные средства – 01, нематериальные активы – 04, денежные средства в кассе – 50, прибыль – 99 и т.д.), эти номера называются **Счетами**, а весь перечень используемых счетов собирается в **План счетов**. План счетов имеет международные стандарты, содержание счетов одинаково в разных странах. Поэтому бухгалтер из Франции разберется в бухгалтерских записях своего белорусского коллеги.

План счетов бухгалтерского учета утверждается государством и содержит около ста счетов. Однако на практике предприятия используют не более чем 20-30 счетов – в соответствии со спецификой деятельности в конкретной отрасли хозяйства.

Тематически сходные счета группируют в разделы:

Раздел I. Основные средства и другие долгосрочные активы.

Раздел II. Производственные запасы.

Раздел III. Затраты на производство.

Раздел IV. Готовая продукция, товары и реализация.

Раздел V. Денежные средства.

Раздел VI. Расчеты.

Раздел VII. Финансовые результаты и использование прибыли.

Раздел VIII. Фонды и резервы.

Раздел IX. Кредиты и финансирование.

Этих разделов и содержащихся в них счетов хватает, чтобы отразить любую хозяйственную деятельность любого предприятия – производственную, финансовую, коммерческую и т.д.

Какова же структура счета? Для себя бухгалтеры рисуют его похожим на «самолетик».

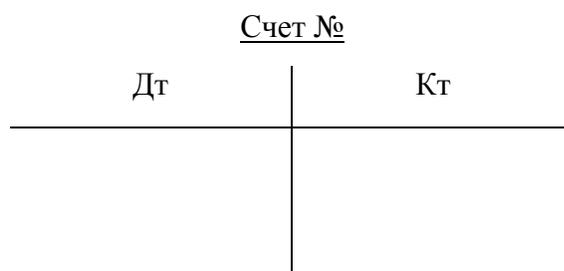


Рис. 6.1. Бухгалтерский счет.

Каждый счет из плана разделен на две части. Левая часть называется «**дебет**» (от лат. *debet* – «он должен»), правая – «**кредит**» (от лат. *credit* – «он доверяет»).

Хозяйственные операции отражаются в бухгалтерском учете по принципу **двойной записи**, то есть по одному счету мы записываем, какое имущество появилось, а по другому – откуда оно появилось. Таким образом, запись делается дважды, на двух счетах.

Пример задачи:

Папа Карло купил деревянные заготовки у Дуремара по цене 0,55 золотого за штуку. Всего 10 штук. Заплатил наличными из кассы. Необходимо отразить операции на счетах в бухгалтерском учете.

Решение:

1) Первая хозяйственная операция – оплата наличными из кассы Дуремару в размере 0,55 золотого × 10 штук = 5,5 золотых.

2) Вторая хозяйственная операция – поступление от Дуремара деревянных заготовок в коморку Папы Карло в том же размере.

<i>Счет 10 «Материалы» / Заготовки</i>		<i>Счет 50 «Касса»</i>		<i>Счет 60 «Расчеты с поставщиками» / Дуремар</i>	
Дт	Кт	Дт	Кт	Дт	Кт
2) 5,5 з.			1) 5,5 з.	1) 5,5 з.	2) 5,5 з.

Одновременная запись одной и той же суммы в дебете одного счета и в кредите другого, которые корреспондируют (отражая изменения на двух счетах бухгалтерского учета) друг с другом, называется **бухгалтерской проводкой**.

То есть бухгалтерская проводка по первой операции в этом примере:

Дт счета 60 / Дуремар *Кт* счета 50 = 5,5 золотых;

По второй операции:

Дт счета 10 / Заготовки *Кт* счета 60 / Дуремар = 5,5 золотых.

Эти операции можно представить в следующем виде:

	Дебет	Кредит
Счет 10	5,5 золотых	
Счет 50		5,5 золотых
Счет 60	5,5 золотых	5,5 золотых
ИТОГ	11 золотых	11 золотых

Суммы чисел по дебету и кредиту должны быть всегда равны! Это есть баланс (равенство).

Различают счета активные, пассивные и активно-пассивные.

Активные счета используются для того, чтобы учитывать все имеющиеся на предприятии средства и имущество, необходимые для его деятельности (их так и называют – **активы предприятия**). Это счета 01 «Основные средства», 10 «Материалы», 50 «Касса» и т.д.

Для того чтобы учитывать источники формирования этих средств, используются **пассивные счета**. Это счета 80 «Уставный капитал», 67 «Расчеты по кредитам и займам» и т.д. (их называют **пассивы предприятия**).

Счета активно-пассивные применяются в основном, чтобы учитывать разного рода расчеты, проводимые организацией. Это, например, счет 60 «Расчеты с поставщиками», 62 «Расчеты с покупателями», 68 «Расчеты по налогам» и др.

Дебет активных счетов показывает увеличение средств, кредит – их уменьшение. У пассивных счетов – все наоборот. Активно-пассивные счета могут работать и как активные, и как пассивные.



- Бухгалтер проверяет отчет о командировке одного из сотрудников:*
- *А это что за астрономическая цифра?*
 - *Это счет за отель.*
 - *Я вас попрошу больше не покупать отелей.*

Вопросы для самопроверки

1. *Что означают понятия «дебет» и «кредит»?*
2. *Какие первичные документы вы знаете? Как они учитываются в бухгалтерском учете?*
3. *В чем заключается принцип двойной записи?*

***7. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ (БАЛАНС И ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ (УБЫТКАХ))**

Основной бухгалтерский документ, который в общем виде показывает состояние имущества организации (в денежном выражении) на определенный момент времени, – это баланс. Активы и пассивы предприятия (то есть зафиксированное в бухгалтерских документах имущество и его источники) должны быть равны. В проверке этого равенства и есть смысл составления баланса.

Бухгалтерский баланс составляется по принципу двусторонней таблицы, в левой части которой располагается имущество организации – это **актив баланса**, а справа – источники формирования этого имущества – **пассив баланса**.

Для проработки этой темы вернемся к примеру с Папой Карло.

Задача:

Создавая свое предприятие, Папа Карло внес уставной капитал в размере 20 золотых и взял кредит в банке в размере 80 золотых. На эти деньги он купил у Базилио станок за 90 золотых сроком службы 5 лет и закупил у Дуремара 11 деревянных заготовок на 6,6 золотых. За месяц он произвел 10 Буратин и продал их по цене 3,71 золотых за одного. Заплатил Карабасу Барабасу 3 золотых за аренду коморки и начислил (еще не выплатил) себе заработную плату 10 золотых. Необходимо рассчитать прибыль предприятия за месяц, отразить операции на счетах в учете, записать бухгалтерские проводки и составить баланс.

Решение:

Процесс финансирования:

Папа Карло внес 20 золотых на расчетный счет в качестве уставного капитала:

1) Дт 51 (расчетный счет) Кт 80 (уставной капитал) = 20

Получил кредит из банка на расчетный счет в размере 80 золотых:

2) Дт 51 (расчетный счет) Кт 67 (расчеты по кредитам) = 80

Процесс снабжения:

Папа Карло купил токарный станок у Базилио за 90 золотых:

3) Дт 60 (расчеты с поставщиками) / Базилио Кт 51 (расчетный счет) = 90

4) Дт 01 (основные ср-ва) Кт 60 (расчеты с поставщиками) / Базилио = 90

Закупил деревянные заготовки у Дуремара на сумму 6,6 золотых:

5) Дт 60 (расчеты с поставщиками) / Дуремар Кт 51 (расчетный счет) = 6,6

6) Дт 10 (материалы)/Заготовки Кт 60 (расчеты с поставщиками) / Дуремар = 6,6

Процесс производства:

Рассчитаем амортизацию токарного станка в месяц:

90 золотых / (5 лет × 12 месяцев) = 1,5 золотых:

7) Дт 20 (основное производство) Кт 02 (амортизация основных средств) = 1,5

Отразим передачу 10 заготовок для производства 10 Буратино на сумму 5,5 золотых:

8) Дт 20 (основное производство) Кт 10 (материалы) / Заготовки = 5,5

Отразим оплату аренды коморки Карабасу Барабасу 3,6 золотых и включим затраты в стоимость Буратин:

9) Дт 76 (расчеты с прочими дебиторами и кредиторами) / Карабас Кт 51 (расчетный счет) = 3,6

10) Дт 20 (основное производство) Кт 76 (расчеты с прочими дебиторами и кредиторами) / Карабас = 3,6

Начислим заработную плату Папе Карло 10 золотых (за 10 Буратин):

11) Дт 20 (основное производство) Кт 70 (расчеты по зарплате) / Карло = 10

Рассчитаем отчисления в фонд социальной защиты населения (далее – ФСЗН) в размере 34% от зарплаты – 3,4 золотых:

12) Дт 20 (основное производство) Кт 69 (расчеты с фондом) = 3,4

Выход готовой продукции:

В разделе «Анализ рентабельности» мы рассчитывали себестоимость одного Буратино, суммируя все затраты. В бухгалтерском учете процессы аналогичны: необходимо собрать все понесенные затраты на счете 20 «Основное производство» и перевести их в разряд готовой продукции. Это и будет производственная себестоимость:

13) Дт 37 (готовая продукция) Кт 20 (Основное производство) = 24

Итак, себестоимость одного Буратино = 24 золотых / 10 штук = 2,4 золотых

Посмотрим «самолетик» счета 20 «Основное производство».

	<i>Дт</i>	<i>Кт</i>	
Амортизация –	7) 1,5	13) 24	– Готовая продукция
Заготовки –	8) 5,5		
Аренда –	10) 3,6		
Зарплата –	11) 10		
Отчисления от ФОТ –	12) 3,4		
Итого	24	24	Итого

Реализация:

Папа Карло продал 10 Буратин по цене 3,71 золотых за штуку по безналичному расчету, получив доход или **выручку** в размере 37,1 золотых (10 штук × 3,71 золотых):

14) Дт 51 (расчетный счет) Кт 90 (реализация) = 37,1

Уменьшаем выручку на себестоимость проданных Буратин:

15) Дт 90 (реализация) Кт 37 (готовая продукция) = 24 золотых

Разница между выручкой и себестоимостью – это и есть прибыль:
 16) Дт 90 (реализация) Кт 99 (прибыль или убыток) = 13,1 золотых
 Построим «самолетик» счета 90 «Реализация»:

	<i>Дт</i>	<i>Кт</i>	
Себестоимость –	15) 24	14) 37,1	– Выручка
Прибыль –	16) 13,1		
Итого	37,1	37,1	

Таким образом, прибыль от хозяйственной деятельности Папы Карло за месяц составила 13,1 золотых.

Отражаем операции на счетах:

<i>Счет 01</i>		<i>Счет 02</i>		<i>Счет 10</i>	
<i>«Основные средства»</i>		<i>«Амортизация ОС»</i>		<i>«Материалы»</i>	
4) 90		7) 1,5		6) 6,6	8) 5,5
*С=90		С=1,5		С=1,1	

*С – Сальдо (остаток) на конец месяца

<i>Счет 37</i>		<i>Счет 60</i>		<i>Счет 60</i>	
<i>«Готовая продукция»</i>		<i>«Расчеты с поставщиками» / Базилио</i>		<i>«Расчеты с поставщиками» / Дуремар</i>	
12) 24	15) 24	3) 90	3) 90	5) 6,6	5) 6,6

<i>Счет 67</i>		<i>Счет 70</i>		<i>Счет 76</i>	
<i>«Расчеты по кредиту»</i>		<i>«Расчеты по зарплате» / Папа Карло</i>		<i>«Расчеты с прочими» / Карабас</i>	
8) 80		11) 10		9) 3,6	10) 3,6
С=80		С=10			

Счет 51 «Расчетный счет»		Счет 80 «Уставный капитал»		Счет 99 «Прибыль или убыток»	
1)20	3) 90		1)20		16)13,1
2) 80	5) 6,6		С=20		С=13,1
14) 37,1	9) 3,6	Счет 69 «Расчеты с ФСЗН»			
137,1	100,2				
С=36,9			12) 3,4		
			С=3,4		

Заполним таблицу балансового отчета имеющимися остатками по счетам.

АКТИВ		ПАССИВ	
Внеоборотные активы	90	Собственные средства	20
Основные средства		Уставный капитал	
Амортизация (с минусом)	-1,5	Прибыль (убыток – с минусом)	13,1
Оборотные активы	1,1	Заемные средства	80
Материалы		Кредиты банка	
Денежные средства	36,9	Задолженность по зарплате	10
		Задолженность по ФСЗН	3,4
Баланс	126,5	Баланс	126,5

Вывод:

Балансовый отчет отражает информацию о структуре активов и пассивов организации на определенный момент времени, то есть показывает, каким именно имуществом и его источниками она располагает.

Другим бухгалтерским документом, характеризующим результаты хозяйственной деятельности организации, является отчет о прибылях и убытках.

Отчет о прибылях (убытках)

ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ (за минусом налогов из выручки)	А
СЕБЕСТОИМОСТЬ: – материалы, сырье, полуфабрикаты и т.д.;	В

– заработная плата; – налоги от заработной платы; – амортизация; – прочие затраты.	
ПРИБЫЛЬ от реализации	$A - B = C$
Внереализационные доходы (расходы – с минусом)	D
Балансовая прибыль	$C + D = E$
Налог на прибыль, налог на недвижимость	F
Чистая прибыль (убыток – с минусом) после уплаты налогов	$G = E - F$

В получении информации, которую отражают бухгалтерские документы, заинтересованы и внешние организации – налоговые, статистические органы, инвесторы, кредитные организации. На основе информации бухгалтерской отчетности они принимают решения о том, как строить свои отношения с компанией. Банк, проанализировав бухгалтерскую отчетность, определяет платежеспособность предприятия, инвесторы решают, есть ли смысл вкладывать деньги в его развитие, акционеры – стоит ли приобретать акции данной компании.

Вопросы для самопроверки

1. Что показывает бухгалтерский баланс?
2. Что означают понятия «актив» и «пассив»?
3. Чем отличается прибыль балансовая от чистой?

8. LEAN CANVAS

Иметь хорошие идеи мало – у Вас должны быть сильные аргументы и сконцентрированная стратегия.

Д. Левинсон

Шаблон бизнес-плана

Мы кратко ознакомились с основными экономическими понятиями и переходим к выполнению практической работы «Строю свой бизнес!». Сейчас мы воспользуемся терминами современного менеджера и дадим ответ на самый важный вопрос: **какую потребность мы собираемся решать своим продуктом**. Для чего и для кого наш продукт? Если ответ готов, идем дальше.

Те, кто впервые «запускает» собственный бизнес, могут воспользоваться современной наглядной моделью бизнес-плана – Lean Model Canvas, познакомиться с которой можно на ресурсах авторов: <http://leanstack.com> и <https://nikolayzaostrovsev.medium.com/lean-model-canvas-theory-224d18eaa640>. Воспользуемся одной из версий.

Итак, нулевой шаг уже сделан – мы понимаем, какую потребность мы собираемся решать своим продуктом. Теперь мы заполняем по порядку цифр «столбцы» 1, 2, 3, «окна» 4 и 5,

«фундамент» 7 и 6, затем «окна» 8 и 9. Разъяснения по заполнению авторы приводят после таблицы.

<p>2 ПРОБЛЕМА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ Составьте список трех основных проблем вашего клиента. Существующие альтернативы. Перечислите, как эти проблемы решаются сегодня конкурентами.</p>	<p>4 РЕШЕНИЕ Обозначьте возможное решение для каждой проблемы.</p>	<p>3 УНИКАЛЬНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ Сформулируйте единое, ясное, убедительное предложение, которое превращает неосведомленного посетителя в заинтересованного потенциального клиента. Ваша Концепция. Составьте аналог X для Y (например, YouTube = Flickr для видео).</p>	<p>9 СКРЫТОЕ НЕРЫНОЧНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО То, что нельзя скопировать или купить, например социальная польза.</p>	<p>1 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА) Составьте список ваших клиентов и пользователей. Первые потребители. Составьте характеристику ваших идеальных клиентов.</p>
<p>7 СТРУКТУРА ЗАТРАТ Составьте список постоянных и переменных затрат.</p>	<p>6 ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ Перечислите свои источники доходов.</p>			
<p>8 КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ проекта Перечислите ключевые цифры, которые характеризуют проект.</p>		<p>5 КАНАЛЫ ПРОДАЖ Перечислите каналы продаж.</p>		

1. Определяем целевую аудиторию. Кто клиент.

Сначала определяем целевую аудиторию (customer segments). Первое естественное желание заявить: «Мой продукт нужен всем». Увы, это самая распространенная ошибка. Даже если предполагается широкое распространение, с кого-то надо начинать. И чем точнее будет выделен сегмент клиентов для продукта, тем лучше удастся понять и решить их проблемы. И тем успешнее будет продукт. Лучше начать с одного сегмента и потом расширить, чем замахнуться на всех и сделать продукт неудобным для всех.

Сразу нужно понять – совпадают или нет два вида клиентов – кто пользуется продуктом (user) и кто за него платит (customer). Допустим, приложение для детей, а платят родители. Если это так, то берем ручки разных цветов и дальше для обеих категорий заполняем пункты разными цветами.

Итак, мы обозначили сегмент целевой аудитории. Теперь переходим ко второй части этой ячейки: early adopters, или первые потребители. Это самые важные люди, первые пользователи продукта – те, кто даст первую обратную связь. Их лучше найти сразу. Это уже не абстрактные категории клиентов, а конкретные люди. Они будут первые пробовать еще сырой продукт, а еще лучше – обсудить с ними модель еще до создания продукта.

Еще лучше, если продукт нужен тебе самому. Еще в 90-х я прочитал книгу «Microsoft Secrets», из которой запомнился принцип – «Eat your own dog food». Когда ты сам активный пользователь своего продукта, делаешь его удобным для себя, он точно будет удобен как минимум для всех людей, похожих на тебя. Лучший вариант – когда разработчик сам пользуется своим продуктом. Если вы сами готовы пользоваться продуктом, отлично – записываете себя, друзей, знакомых и собираете обратную связь от них.

2. Какую проблему клиента мы решаем?

Часто разработчик продукта исходит из того, что он может сделать, какие фишки предложить. Но идти надо с другой стороны: определить, в чем заключается проблема клиента, а потом уже – как мы ее решаем.

Если не знаем – идем к первым пользователям нашего продукта, которых мы нашли на предыдущем этапе, и выясняем.

Если мы понимаем, что проблемы разных сегментов клиентов отличаются, тогда для каждого сегмента рисуем свою модель – так будет нагляднее. Может оказаться, что и продукты придется делать разные для разных сегментов.

Следующий шаг в этом столбце – существующие альтернативы. Проблема клиента не возникла сейчас. Она уже существует, и значит, как-то уже решается. И следовательно, нам придется с этими альтернативами конкурировать, забирать клиентов от них себе. Прописываем своих конкурентов.

3. Уникальность предложения

Исходя из нашего решения, теперь нужно сформулировать в одном предложении, максимум 140 символов, в чем уникальность нашего продукта. Чем он отличается от продукта конкурентов. Его ключевое отличие.

После этого, для простоты и удобства, хорошо бы создать краткую и понятную аналогию. Высокоуровневый концепт. Что представляет собой наш продукт – краткая ассоциация, которую запомнят клиенты.

4. Переходим к решению

Наконец мы доходим до любимой части – что же мы, собственно, предлагаем. Описываем ключевые возможности своего решения, но с учетом обозначенных ранее проблем. Как именно мы решаем эти проблемы.

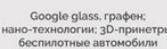
5. Каналы продаж

Теперь переходим к вопросу о том, как клиенты узнают о новом продукте. И здесь ключевым становится сегментирование целевой аудитории и ориентация на наших первых потребителей.

Какими каналами коммуникации они пользуются? Как принимают решение?

Посмотрим на эту картинку.

Обзор поколений

Характеристики	Maturists (до 1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generation X (1961-1980)	Generation Y (1981-1995)	Generation Z (рожденные после 1995)
Формирующий опыт	Вторая Мировая Война Рационализация Фиксированные права полов Rock 'n' Roll Малые семьи Выделенные права полов - выражено для женщин	Холодная Война Послевоенный бум «Swinging Sixties» Аполлон (высадка на Луну) Молодежная культура Woodstock (рок-фестиваль) Ориентация на семью Подъем подростков	Конец Холодной Войны Падение Берлинской Стены Рейган / Горбачев Тэтчеризм «Живая помощь» Первый PC Ранние мобильные технологии Рост количества разводов	Текрат 9/11 PlayStation Социальные сети Вторжение в Ирак Реалити на ТВ Google Earth Glastonbury (муз. фестиваль)	Экономический спад Глобальное потепление Глобальный фокус Мобильные устройства Энергетический кризис Арабская весна Производство своего медиа Облачные технологии Wiki-leaks
Процент трудовых ресурсов, UK*	3%	33%	35%	29%	Частично занятые на данный момент или начинающие карьеру
Стремление	Приобретение дома (собственность)	Гарантия занятости	Баланс между работой и жизнью	Свобода и гибкость	Security Безопасность
Отношение к технологиям	Крайне независимо	Первые адаптирующие для жизни технологии люди	Диджитал иммигранты	Диджитал люди	«Технологалики» - полностью зависит от IT; ограниченное понимание альтернатив
Отношение к карьере	Одна работа на жизнь	Организационное - карьера определяется работодателем	«Портфолио» карьера - лояльность к профессии, но не обязательно к нанимателю	Диджитал бизнесмены - работа «вместе с» компаниями, но не «на компанию»	Мультизадачные в плане карьеры - меняют компании и практически любую появляющуюся работу
Отличающий продукт	 Автомобиль	 Телевидение	 Персональные компьютеры	 Планшеты/Смартфоны	 Google glass, графен; нано-технологии; 3D-принтеры; беспилотные автомобили
Средства коммуникации	 Официальное письмо	 Телефон	 E-mail и текстовые сообщения	 SMS или соц. сети	 Переносные технологии Встроенные в одежду технологии
Предпочитаемая коммуникация	 Личная встреча	 В идеале лично, но при необходимости телефон или эл. почта	 SMS или E-mail	 Онлайн или по телефону (текстовые сообщения)	 Facetime
Предпочитаемая коммуникация при финансовых решениях	 Личные встречи	 В идеале лично, возрастающая потребность в онлайн	 Онлайн, если лично не выходит по времени	 Личные встречи	 Диджитал-источники решения проблем (люди)

* Приведенные проценты приблизительные на момент публикации

Вряд ли стоит давать рекламу по телевизору для поколений младше X – деньги будут выброшены на ветер.

6. Источники доходов

Продукт создается не ради реализации идеи, а чтобы заработать денег. Надо понять, как мы собираемся это сделать. Разработать модель и проверить ее на реалистичность. Здесь нам поможет сравнение с конкурентами. На предыдущем шаге мы их определили, поэтому можно сравнить и понять, чем наше предложение будет интереснее существующих альтернатив.

Опять же, эти идеи можно обсудить с нашими первыми потребителями. Готовы ли они будут платить предложенную нами цену за решение своих проблем?

7. Структура затрат

Мы уже определили, что создаем и каким образом продвигаем. Теперь можно определить структуру затрат. Здесь можно выделить два блока.

Первоначальные затраты на создание
Регулярные затраты на развитие

Варианты статей расходов:

- стоимость хостинга
- затраты на персонал
- затраты на привлечение клиента
- другие расходы.

Проработав структуру затрат, можно проанализировать три блока вместе – потоки доходов, структуру затрат и плановые показатели. Коррелируют ли они? Действительно ли при таких затратах и ожидаемых доходах мы выходим на плановые показатели? Какое количество клиентов нам необходимо? Где точка безубыточности?

8. Ключевые метрики проекта

Успех и прогресс любого проекта надо измерять. И важно сразу определить критерии их отслеживания.

Первая ключевая метрика – минимальные критерии успеха. При достижении каких целей мы будем считать проект успешным?

Для создания минимальных критериев мы ставим цели:

- каким будет продукт через 3 года
- какой будет финансовый результат (речь идет не о точных цифрах, а о порядках).

Также важно, что еще мы будем отслеживать. С точки зрения привлечения клиентов тот же показатель роста клиентской базы является более важным, чем показатель роста доходов. Особенно если сравнивать рост клиентской базы с ростом самого рынка. Иначе можно демонстрировать высокие показатели на растущем рынке, при этом теряя его долю.

9. Скрытое преимущество

Мы живем в быстро меняющемся мире. Технологии настолько развиты, что любая вещь очень легко копируется. Если вы сделаете лучший продукт, что помешает его скопировать за три или шесть месяцев? Поэтому лучше сразу подумать о мерах защиты. Варианты могут быть разными: огромная клиентская база, патенты, лицензии, бренд, высокая стоимость вхождения – что-то, что не позволит конкурентам быстро повторить достижения.

Это самый сложный пункт. Чаще всего понимаешь, что все можно скопировать и повторить. Надо просто бежать быстрее других, чтобы оставаться впереди.

Резюме

Ash Maurya, автор модели Lean Model Canvas, пишет на своем [сайте](#), что его модель можно заполнить за 20 минут. Конечно, это невозможно. Даже если вы хорошо знаете свой продукт и методологию, пару часов на это уйдет. А для нового продукта собираться командой и устраивать мозговой шторм придется не один раз. Но это того стоит.

Что еще почитать по теме

Тем, кто заинтересовался этой темой, мы рекомендуем следующий список книг в такой последовательности:

- [Остервальдер. «Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора»](#)
- [Эрик Рис. «Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели»](#)
- [Ash Maurya. Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works](#)

Из истории знаменитых предпринимателей. Братья Макдоналд и Реймонд Крок

В начале 50-х годов прошлого столетия братья Ричард и Моррис Макдоналд из города Сан-Бернардино (Калифорния, США) создали первый в мире оригинальный ресторан быстрого обслуживания, предназначенный для автомобилистов, которые могли бы сделать заказ и получить горячую еду, не выходя из машины, очень быстро и недорого. Братья придумали конвейерную линию, которую назвали системой скоростного обслуживания: подача гамбургеров, жареной картошки и молочных коктейлей.

В это же время предприниматель Реймонд Крок занимался распространением миксеров, разъезжая по Америке в поисках своих клиентов. Именно к нему обратились братья Макдоналд с просьбой поставить сразу восемь миксеров для одного небольшого провинциального ресторана. Поскольку за тридцать лет своей деятельности Кроку ни разу не попадались клиенты, желающие взбивать по сорок молочных коктейлей одновременно, он решил воочию увидеть ресторан и отправился в Сан-Бернардино, откуда поступил заказ. Так состоялась историческая встреча братьев Макдоналд с человеком, который увековечил их имя и превратил его в торговый знак, известный теперь во всем мире.

То, что Крок увидел в придорожном ресторане, приятно удивило его: сияющая чистота, стандартное меню с минимальным числом блюд (на тот момент их было девять). Самым поразительным оказалось то, что коктейль, гамбургер и картошка были поданы за полминуты и стоили всего 15 центов.

Предприимчивый Крок сразу оценил преимущества системы быстрого обслуживания и задался целью превратить оригинальную идею в мощную индустрию. Братья Макдоналд без энтузиазма отнеслись к затее Крока. Они явно не претендовали на такой размах. Но Реймонд Крок, проработавший много лет коммивояжером, давно научился убеждать людей. Не устояв под его напором и убежденностью, братья согласились заключить договор, предоставлявший Кроку исключительное право использовать их систему продажи и название компании. Ежемесячно он должен был платить за это 950 долларов и небольшие проценты с продаж.

15 апреля 1955 г. в городе Дез-Плейнз, штат Иллинойс, Реймонд Крок открыл свой первый ресторан. С этого и началась новая история «Макдоналдс» – мировой империи быстрого питания.

Идея, которую продолжал развивать Крок, была проста: за минимальный промежуток времени обслужить как можно большее количество посетителей. Для этого было необходимо ограничить меню, систематизировать процесс приготовления пищи и поддерживать низкие цены.

Крок предложил братьям Макдоналд запатентовать не только торговую марку, но и стиль обслуживания, базовое меню и оборудование. А после этого продавать весь этот пакет как лицензию любому, кто захочет открыть подобный ресторан. Владелец каждого такого заведения должен вести свое собственное дело, но подчиняться вышестоящей организации и выдерживать фирменный стиль и меню, не отступая от стандартов компании: качество, культура, чистота, доступность.

Кроку очень хотелось возглавить компанию и заняться ее строительством по своему усмотрению. И после длительных уговоров он полностью выкупил у братьев Макдоналд торговый знак компании, ее идею и концентрацию за 3 миллиона долларов.

Возглавив компанию, Реймонд Крок усовершенствовал систему скоростного обслуживания. Он ввел жесткое разделение труда: каждый работник выполнял только одну операцию, но при этом все работали одновременно, что и ускоряло процесс приготовления пищи.

Опасаясь, что включение в меню новых блюд замедлит раздаточный конвейер, Крок сконцентрировал все внимание на улучшении качества уже существующего ассортимента. В

1961 г. была основана лаборатория «Университет гамбургера», которая и по сей день занимается исследованием параметров приготовления жареной картошки и хлеба с котлетой. Только на создание рецепта приготовления фирменного картофеля «фри» было израсходовано более пяти миллионов долларов.

Но дела фирмы шли не так, как хотелось Крок: объемы продаж увеличить не удавалось. Пришлось искать новые пути расширения. Менеджеры компании обратили внимание на то, что клиенты обычно не хотят заказывать сразу две порции картофеля, но многие готовы купить двойную порцию, замаскированную под одинарную. Так появились порции разных размеров и картофеля, и напитков.

Один из управляющих предложил внедрить двухэтажный гамбургер со специальным соусом и добавками. Другой менеджер заметил, что стандартная булочка для такого бутерброда мала, и предложил выпекать большие булочки и разрезать их вдоль на три части. Так в 1967 г. появился знаменитый «Биг Мак», который сразу же увеличил объемы продаж компании на 70%. Это блюдо стало самым популярным продуктом фирмы. Затем появились десерты, утренние завтраки, сэндвичи с курицей и рыбой.

К 1960 г. в сеть «Макдоналдс» входило уже более 200 ресторанов быстрого обслуживания. В конце 60-ых годов Крок предпринимает массированную рекламную кампанию. В меню вводится обед с игрушкой, лицом фирмы становится клоун Роналд Макдоналд, а «Макдоналдс» превращается в семейный ресторан.

К 1970 г. рестораны «Макдоналдс» открылись во всех штатах Америки. Сеть закусок начинает распространяться по всему миру. «Я не верю в то, что рынок может быть насыщен», – говорил Крок и распродал лицензии всем желающим открыть новые рестораны.

Результатом 50-летней работы компании стала сеть из 29 000 ресторанов «Макдоналдс», распространившаяся на 122 страны мира. В среднем каждые девять часов в мире открывается новый ресторан.

Первый президент компании «Макдоналдс» Реймонд Крок скончался в 1984 г., оставив после себя процветающее дело. Он не дождался несколько месяцев до торжественного дня, когда был зафиксирован 500-миллиардный гамбургер, произведенный компанией «Макдоналдс».

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

*1. ОТ АНАЛИЗА ЗАТРАТ ДО РАЗРАБОТКИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

Автор: Стефано Эрмини, эксперт в области делового администрирования.

Родился 18 февраля 1986 г. в Италии. В 2015 г. получил степень магистра экономического развития в Университете Флоренции.

В сентябре 2014 – апреле 2015 гг. делал аналитику данных для проекта Etimos Africa SA в Сенегале. Выполнял работу по анализу данных и оценке воздействия проекта PLASEPRI (микрофинансовые фонды). Являлся руководителем проекта Junior Fundraiser для Фонда Иоанна Павла II (Италия, февраль 2016 г. – январь 2020 г.): администрирование в гостиничном сервисе (гостеприимстве) для лиц, ищущих убежища; организация и планирование всех мероприятий и проектов, связанных с лицами, ищущими убежища; организация кампаний по сбору средств. В настоящее время является штатным сотрудником Фонда Иоанна Павла II.

Введение

Многие предприниматели, когда им необходимо установить цену продажи своего продукта / услуги и они не знают методов контроля затрат, обычно используют формулу, подобную приведенной ниже, что неверно:

Стоимость сырья + оплата труда персонала + накладные расходы = ВАЛОВЫЕ ИЗДЕЖЖКИ + маржинальная прибыль = ОТПУСКНАЯ ЦЕНА

Такой метод расчета отпускной цены не учитывает *постоянные затраты*, неочевидным образом влияющие на формирование общей стоимости продукта. Вот поэтому должны быть четко определены все затраты: постоянные и переменные, прямые и косвенные.

Ценовая политика должна начинаться с анализа затрат, но потом на нее также будут влиять внешние факторы, такие как:

- **окружающая среда:** рассматривается с экономической, политической, законодательной, социальной, культурной, технологической и физической точек зрения. Что это значит? Например, деятельность в регионе с высоким уровнем дохода на душу населения влияет на выбор производства высококачественных и дорогостоящих продуктов, поскольку очевидно, что рынок имеет потенциал для покупки дорогих продуктов. Или если рассматривать культуру с точки зрения моды: этот критерий может определять удачу одних компаний и гибель других.
- **отрасль:** анализ отрасли используется для определения перспектив ее развития; в частности, необходимо изучить потребности покупателей, стабильность спроса, потенциальное развитие рынка, характеристики конкурирующих компаний, государственные и экономические стимулы для отрасли.
- **положение компании по отношению к целевому рынку и конкуренции:** анализ позиции вашей компании по отношению к конкурентам и определение факторов, на которых основывается конкуренция.
- **внутренний анализ предприятия:** оценивает, способна ли компания конкурировать на рынке, и какие структурные характеристики и ресурсы необходимо задействовать.

Зачем нужен анализ затрат

Прежде чем приступать к расчету стоимости моего продукта, я должен понять, почему нужен анализ затрат. **Мои решения могут быть краткосрочными или долгосрочными.** Краткосрочное

решение приведет меня к тому, что я буду стараться максимизировать прибыль, а не думать о том, как оптимизировать структуру предприятия (что влияет на постоянные затраты). В этом случае будут выбраны более дешевые продукты при наличии ограниченных производственных мощностей; очень низкие цены в условиях сильной конкуренции и т.д. В то время как долгосрочное решение будет стратегическим и приведет к более значительным изменениям, таким как выбор стратегически перспективных видов производства или инвестиции в инновационное оборудование. Определение стоимости товара полезно не только для определения возможной прибыли, которую он может принести, но также для оценки производительности труда и определения стоимости запасов продукции. Стоимость также позволяет измерить задействованные ресурсы, такие как объем работы, рабочее время, использование оборудования и т.д. На основании этого анализа можно сделать выбор, который будет способствовать повышению производительности.

Руководству любой компании важно иметь четкое представление о ее затратах и, прежде всего, о доле этих затрат в единице продукта. Например, если компания производит молоко и молочные продукты, я должен четко знать, сколько, в соответствии с текущими условиями, стоит каждый литр молока, каждый килограмм сыра, йогурта или мороженого. Эта осведомленность позволяет руководителю четко понимать, каким образом различные продукты обеспечивают экономическую отдачу (прибыль) для общей прибыльности компании. Это понимание важно для принятия решений по развитию бизнеса в будущем. Для этого также важно знать, как могут меняться затраты в зависимости от новых инвестиций и новых внутренних организационных условий. Сравнение текущей ситуации с возможными альтернативными сценариями позволяет руководителю делать выбор в пользу будущей устойчивости компании в долгосрочной перспективе. Разумеется, осведомленность о затратах и их влиянии на ценообразование также должна оцениваться в сравнении со всеми внешними рыночными условиями и внешним контекстом в целом.

Различные виды затрат

После первоначального анализа внутренних и внешних факторов, которые могут повлиять на выбор производства и связаны с количеством и качеством, определяется продукт для вывода на целевой рынок. **Каковы основные статьи расходов?**

- **Труд:** то есть почасовая оплата труда персонала, занятого на производстве, умноженная на время, необходимое для производства одной единицы продукции. В стоимость продукта включаются затраты не только на само производство, но и на все этапы внутренней и внешней обработки (транспортировка, хранение и т.д.).
- **Материалы:** для определения стоимости материалов необходимо знать закупочную цену, цену доставки, и разгрузки материалов, цену штабелирования, какая часть излишков или отходов может быть переработана.
- **Аренда:** «горячая» (включает оплату труда нанятого персонала, расходные материалы, техническое обслуживание оборудования и страхование гражданской ответственности) или «холодная» (только стоимость арендованного оборудования).
- **Накладные расходы:** косвенные расходы, не связанные с переработкой продукта.

На этом этапе, прежде чем определить цену, необходимо провести анализ затрат, связанных с реализацией продукта.

Существуют **различные виды затрат:**

- А) Постоянные затраты / переменные затраты
- Б) Прямые затраты (конкретные) / косвенные затраты (общие)
- В) Контролируемые затраты / неконтролируемые затраты

А) Постоянные и переменные затраты

Постоянные затраты (также называемые **структурными затратами**) – те затраты, которые не меняются в зависимости от того, произвожу я нулевое или максимально возможное количество продуктов. Например, арендная плата. Другим примером постоянных затрат является покупка оборудования: ежемесячно к стоимости продукции добавляется месячная сумма амортизации приобретенного оборудования (амортизация рассчитывается как стоимость оборудования, деленная на срок амортизации: годы, месяцы). К числу постоянных затрат относятся также расходы на оплату труда административных сотрудников, которые, в отличие от рабочего персонала, не принимают непосредственного участия в производстве конкретного продукта. График постоянных затрат одноступенчатый из-за их долгосрочной изменчивости.



Переменные затраты – это те затраты, которые изменяются пропорционально в зависимости от объема производства. Они будут равны нулю при нулевом количестве произведенного товара и прямо пропорциональны объему выпускаемой продукции (например, оплата труда производственного персонала или стоимость продукта, необходимого для производства, стоимость используемого сырья, затраты на электроэнергию или транспортные расходы). Переменные затраты рассчитываются путем умножения суммы переменных затрат на единицу продукции на произведенное количество.

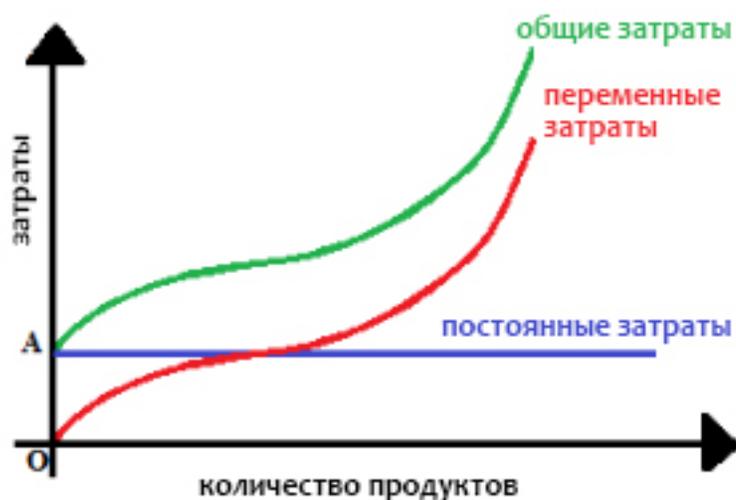


Модель «Перевернутая S» хорошо отражает переменные затраты, поскольку показывает, что в первый период, когда количество произведенной продукции невелико, переменные затраты быстро растут, т.к. они распределены на малое количество единиц товара. Впоследствии, по мере увеличения объемов производства, их рост снижается. В последней части, однако, эти затраты снова растут, и потребуется изменение в производстве (новое оборудование или новая рабочая сила), чтобы они сократились.

Примеры постоянных и переменных затрат:

	Вид затрат	Классификация
1	Сырье	переменная
2	Электричество	постоянная / переменная
3	Газ	переменная
4	Отопление	постоянная / переменная
5	Вода	постоянная / переменная
6	Телефон	постоянная / переменная
7	Топливо	переменная
8	Обслуживание оборудования, помещений	постоянная
9	Консультанты	постоянная / переменная
10	Амортизация	постоянная
11	Съем помещений и аренда оборудования	переменная
12	Оплата труда работников	переменная
13	Оплата труда административного персонала	постоянная
14	Налоги, не связанные с доходом	постоянная

Сумма постоянных и переменных затрат составляет совокупные затраты (или валовые издержки), **себестоимость продукта**.



В действительности, переменные затраты не всегда увеличиваются пропорционально количеству.

- Прогрессивные затраты – это те затраты, общая сумма которых растет быстрее, чем объем производства. Пример: расходы на техническое обслуживание или персонал при использовании сверхурочной работы.

- Регрессивные затраты растут медленнее, чем объем производства. Пример: затраты на приобретение сырья могут уменьшаться в связи с тем, что при закупке определенного количества начинают действовать скидки.

	Постоянные затраты	Переменные затраты	Валовые издержки
Затраты на сырье		€ 7 632 106	€ 7 632 106
Расходы на услуги	€ 502 641	€ 1 030 269	€ 1 532 910
Затраты на оплату труда персонала	€ 97 475	€ 446 612	€ 544 087
Прочие управленческие расходы	€ 1 546		€ 1 546
Амортизация / износ	€ 91 472		€ 91 472
Проценты и финансовые издержки	€ 573 926		€ 573 926
ИТОГО	€ 1 267 926	€ 9 108 987	€ 10 376 048

Если произведенное количество $Q = 102\,450$

Средние постоянные затраты: $€\ 1267926/102450 = €\ 12,37$

Средние переменные затраты: $€\ 9108987/102450 = €\ 88,91$

Средний размер валовых издержек: $€\ 10376048/102450 = €\ 101,28$

Б) Прямые (конкретные) и косвенные (общие) затраты

Прямые (конкретные) затраты – это затраты (как переменные, так и постоянные), которые можно на основе данных первичного учета отнести непосредственно на себестоимость конкретного товара (продукта, услуги, этапа обработки и т.д.). Это затраты, которые, поскольку они специфичны, не будут понесены, если будет принято решение прекратить производство этого товара. Их можно отнести напрямую к конкретному объекту расчета (продукт, отдел, центр издержек и т.д.). К таким затратам относятся, например, переменные затраты на оплату труда производственного персонала и сырье, коммерческие расходы, связанные с продвижением одного товара. **Косвенные (общие) затраты** связаны с производственными факторами, которые соотносятся с несколькими объектами расчета, такими как продукты, услуги, этапы обработки. Они не могут быть привязаны напрямую к одному продукту, но могут быть отнесены к ним с помощью долей/процентов. Это, например, общие административные расходы, расходы на аренду, исследования и разработки, рекламу и т.д.

В) Контролируемые и неконтролируемые затраты

Контролируемые затраты – это те затраты, на которые можно повлиять, в то время как **неконтролируемые** – это те, которые не зависят от нас. Контролируемые затраты всегда являются переменными. Важно отдавать предпочтение контролируемым затратам, поскольку они зависят от производительности и, следовательно, уменьшаются при снижении объемов производства. Поэтому предпочтительной является гибкая структура бизнеса.

Различные виды расчета стоимости

Стоимость продукта рассчитывается из стоимости материала и выполняемых процессов обработки. Хотя обычно имеются надежные данные о стоимости материала, при условии, что мы также учитываем производственные отходы и затраты на управление материалом (приемка, хранение, финансовые расходы и т.д.), при расчете стоимости обработки необходимо обязательно учитывать как стоимость оборудования, которое обрабатывает продукт, так и расходы на персонал, участвующий в производстве. Расчет затрат на оборудование и оплату труда персонала для каждой отдельной фазы обработки и контроля требует еще большей тщательности. Фактически обе статьи расходов включают в себя часть прямых затрат (за время обработки продукта) и часть косвенных затрат (время простоя, время персонала, ответственного за управление производством и координацию, техническое обслуживание и т. д.).

Существуют модели расчета стоимости Full Costing, Direct Costing, а также метод Activity Based Costing, который является более современным и эффективным, но и более сложным для применения.

1. Модель Full costing (калькулирование полной себестоимости)*:

С помощью этого метода для каждого продукта учитывают все виды затрат:

Полная себестоимость = **Переменные затраты + Постоянные затраты**

То есть этот метод позволяет учесть расходы, связанные со всеми этапами производства и реализации продукта, а значит, рассчитать полную его стоимость. При использовании этого метода маржинальная прибыль (маржа) не рассчитывается заранее, но рентабельность зависит от полученной выручки или чистого дохода (если учитываются также финансовые затраты). Выручка от продажи должна покрывать как переменные затраты, так и соответствующие производству данного продукта доли постоянных (косвенных) затрат.

Выручка > Себестоимость Выручка – Себестоимость = Маржа

Этот метод основан на разделении на статьи издержек и калькулировании промежуточных сумм, из которых складывается сумма общих затрат производства, после чего их доли/проценты распределяются на отдельные продукты.

Чтобы определить **удельную стоимость**, то есть затраты в минуту, нужно разделить все постоянные затраты на время, затраченное на производство в год (в минутах). Например, если общая годовая сумма постоянных затрат предприятия составляет 1 700 000 евро, а общее время производства составляет 1 436 160 минут, то его удельная стоимость составит $1\,700\,000 / 1\,436\,160 = 1,18$ евро в минуту.

Полная стоимость единицы продукции будет определяться как переменные затраты + постоянные затраты / произведенное количество продукции.

Это уравнение при решении становится простым уравнением первой степени для определения цены.

Рассмотрим пример:

У нас есть небольшая компания с одним центром издержек, удельной стоимостью производства = 1,2 евро/мин и стоимостью рабочей силы 0,35 евро/мин. Кроме того, для нашего продукта у нас есть следующие данные:

стоимость сырья для единицы продукции = 24 евро

рабочее время на производство единицы продукции = 51 мин

комиссия = 7%

перевозка третьей стороной = 6 евро за единицу товара

Желаемая прибыль = 15%

В этом случае, чтобы рассчитать нашу цену с помощью метода Full Costing, мы составляем следующее уравнение:

$$X = 24 + (51 \times 1,2) + (51 \times 0,35) + (0,07 \times X) + 6 + (0,15 \times X)$$

$$X = 79,05 + 0,22X$$

$$X = 139,81$$

Таким образом, общая стоимость единицы продукции равна 139,81 евро, а постоянные издержки составят 79,05 евро.

Основной проблемой этого метода является субъективность, поскольку постоянные затраты также должны быть учтены при расчете цены каждого отдельного продукта. Это устаревший метод, так как в этом случае слишком большое значение придается переменным затратам и субъективно анализируются постоянные затраты, тогда как на данный момент постоянные расходы компаний гораздо больше переменных, и постоянные затраты стало гораздо сложнее анализировать, чем в прошлом. Метод Full costing является устаревшим и в европейском ценообразовании не актуален.

2. Метод Direct costing (учета прямых затрат)**:

Он основан на разграничении постоянных и переменных затрат. Он предусматривает, что к продукту относятся только прямые переменные затраты, такие как расходы на сырье, оплата труда производственного персонала, внешняя обработка, комиссии, транспортные расходы и т.д. Это объективный метод, позволяющий избежать допущений при распределении постоянных затрат. При использовании этого метода прибыльность определяется маржинальным вкладом каждого продукта. Постоянными затратами считаются структурные затраты, то есть затраты **на производство в целом**, а не на каждый конкретный продукт. В этом случае постоянные затраты не приписываются отдельному продукту, а становятся затратами определенного периода, которые обязательно должны быть покрыты:

$$\text{прямые затраты} = \text{переменные затраты} \quad \text{Выручка} - \text{Прямые затраты} = \text{Маржа}$$

Таким образом, маржинальный вклад единицы продукции определяется ценой ее продажи за вычетом переменных затрат на ее производство, а для расчета суммарного размера переменных затрат переменные затраты на единицу продукции умножаются на количество произведенной продукции.

В этом методе переменные затраты – это затраты на продукт, а постоянные затраты – это затраты за период. Маржа является большой, поскольку она должна давать возможность покрыть все постоянные затраты и получить прибыль. Для расчета стоимости сырья необходимы калькуляции, для расчета затрат на оплату труда производственного персонала по каждому продукту следует знать необходимое время производства и размер оплаты труда в час. Для расчета других переменных производственных затрат (энергия, расходные материалы и т.д.) необходимо проводить анализ для определения их потребления по видам продукции. Для расчета сумм комиссии достаточно применить относительную ставку к цене продажи различных продуктов, а для других коммерческих переменных затрат (транспорт, страхование транспорта и т.д.) необходимо будет определить среднюю процентную долю этих затрат в выручке от продаж.

3. Метод Direct Costing (учета прямых затрат) расширенный***:

В этом случае учитываются также прямые постоянные затраты (помимо переменных). Таким образом, мы сможем получить более полную информацию, чем с помощью предыдущего метода. Затраты, которые принимаются во внимание в этом методе, в дополнение к тем, которые уже упоминались в предыдущем методе, включают, например: затраты, относящиеся к конкретному отделу, коммерческие затраты и т.д.

$$\text{Прямые затраты} = \text{Переменные затраты} + \text{Прямые постоянные затраты}$$

$$\text{Выручка} - \text{Прямые затраты} = \text{маржинальный взнос}$$

Косвенные постоянные затраты считаются покрытыми и не выделяются.

Метод Direct Costing (обычный или расширенный) является наиболее объективным, поскольку позволяет принимать наилучшие краткосрочные решения, используя логику дифференциала, а именно: как будут меняться расходы и доходы в зависимости от моего выбора? В подобной краткосрочной логике постоянные расходы не учитываются при выборе, т.к. они не меняются.

Пример 1

Компания выпускает 3 линейки продуктов – А, В и С.

	Продукт А	Продукт В	Продукт С
Цена	€ 10	€ 12	€ 15
Переменные затраты	€ 3	€ 6	€ 10

Имеет три производственных отдела с разными постоянными затратами на отдел:

	Отдел 1	Отдел 2	Отдел 3
Постоянные затраты	€ 2000	€ 3000	€ 1000

В каждом из отделов производятся продукты одной из трех линий. Косвенные постоянные затраты устанавливаются в размере 5000 евро, производится 1000 единиц продуктов каждого типа.

Метод Full Costing:

	Линия продукта А	Линия продукта В	Линия продукта С	Всего по предприятию
Выручка от реализации продукции	$10 \text{ €} \times 1000 = 10\,000\text{€}$	$12 \text{ €} \times 1000 = 12\,000\text{€}$	$15 \text{ €} \times 1000 = 15\,000\text{€}$	€ 37 000
Переменные затраты	$3 \text{ €} \times 1000 = 3000\text{€}$	$6 \text{ €} \times 1000 = 6000\text{€}$	$10 \text{ €} \times 1000 = 10\,000 \text{ €}$	€ 19 000
Первая маржа	€ 7000	€ 6000	€ 5000	€ 18 000
Постоянные затраты	€ 2000	€ 3000	€ 1000	€ 6000
Вторая маржа	€ 5000	€ 3000	€ 4000	€ 12 000
Косвенные постоянные затраты	€ 1944	€ 1667	€ 1389	€ 5000
Операционный доход	€ 3056	€ 1333	€ 2611	€ 7000

Метод Direct Costing:

	Линия продукта А	Линия продукта В	Линия продукта С	Всего по предприятию
Выручка от реализации продукции	$10\text{€} \times 1000 =$ 10 000€	$12\text{€} \times 1000 =$ 12 000€	$15\text{€} \times 1000 =$ 15 000€	€ 37 000
Переменные затраты	$3\text{€} \times 1000 =$ 3000€	$6\text{€} \times 1000 =$ 6000€	$10\text{€} \times 1000 =$ 10 000€	€ 19 000
Первая маржа	€ 7000	€ 6000	€ 5000	€ 18 000
Постоянные затраты				€ 6000
Косвенные постоянные затраты				€ 5000
Операционный доход				€ 7000

Метод Direct Costing расширенный:

	Линия продукта А	Линия продукта В	Линия продукта С	Всего по предприятию
Выручка от реализации продукции	$\text{€ } 10 \times 1000 =$ € 10 000	$\text{€ } 12 \times 1000 =$ € 12 000	$\text{€ } 15 \times 1000 =$ € 15 000	€ 37 000
Переменные затраты	$\text{€ } 3 \times 1000 =$ € 3000	$\text{€ } 6 \times 1000 =$ 6000€	$\text{€ } 10 \times 1000 =$ € 10 000	€ 19 000
Первая маржа	€ 7000	€ 6000	€ 5000	€ 18 000
Постоянные затраты	€ 2000	€ 3000	€ 1000	€ 6000
Вторая маржа	€ 5000	€ 3000	€ 4000	€ 12 000
Косвенные постоянные затраты				€ 5000
Операционный доход				€ 7000

Пример 2

Компания производит 3 типа продуктов: А, В и С со следующими данными:

Строка		А	В	С
1	Стоимость сырья на единицу продукции	€ 85,8	€ 91	€ 233,65
2	Стоимость труда, затраченного на производство единицы продукции	€ 114	€ 137,2	€ 338
3	Прочие переменные затраты на производство	€ 49 380	€ 23 580	€ 29 900
4	Прямые постоянные затраты на производство	€ 65 000	€ 32 085	€ 23 400
5	Косвенные затраты на производство	€ 314 008,76		
6	Количество единиц продукции	2000	900	500
7	Отпускная цена единицы продукции	€ 468	€ 572	€ 845

Метод Direct Costing

Выручка от реализации продукции = Цена (строка 7) x Количество (строка 6)

Суммарные переменные затраты = Переменные затраты (строка 1 + строка 2) × Количество (строка 6) + Другие переменные затраты (строка 3).

		А	В	С	Итого
1	Выручка от реализации продукции	€ 936 000	€ 514 800	€ 422 500	€ 1 873 300
2	Переменные затраты	€ 448 980	€ 228 960	€ 315 725	€ 993 665
3	Прибыль от производственной деятельности первого уровня (строка 1 – строка 2)	€ 487 020	€ 285 840	€ 106 775	€ 879 635
4	Прямые постоянные затраты	€ 65 000	€ 32 085	€ 23 400	€ 120 485
5	Прибыль от производственной деятельности второго уровня (строка 3 – строка 4)	€ 422 020	€ 253 755	€ 83375	€ 759 150
6	Косвенные затраты на производство				€ 314 008,76
7	Общий валовой экономический результат				€ 445 141.24

Сравниваем прибыль от продуктов на основании значений прибыли от производственной деятельности первого уровня:

Прибыль от продукта А	Прибыль от производственной деятельности первого уровня / Количество	487 020 € / 2000 = 243,51 €
Прибыль от продукта В	Прибыль от производственной деятельности первого уровня / Количество	285 840 € / 900 = 317,60 €
Прибыль от продукта С	Прибыль от производственной деятельности первого уровня / Количество	106 775 € / 500 = 213,55 €

Метод Full Costing

Стоимость сырья = Стоимость сырья на единицу продукции (стр. 1) × Количество (стр. 6)

Затраты на оплату труда производственного персонала = Стоимость труда, затраченного на производство единицы продукции (стр. 2) × Количество (стр. 6)

Стоимость сырья + Затраты на оплату труда производственного персонала = Исходная стоимость продукта (*Расчеты по каждому виду продукта см. в таблице ниже.*)

Доля косвенных затрат = Суммарные косвенные затраты (стр. 5) / (Исходная стоимость А + Исходная стоимость В + Исходная стоимость С)

$$314\,008,76 / (399\,600 + 205\,380 + 285\,825) = 0,3525$$

Косвенные затраты на продукт = Исходная стоимость × Доля косвенных затрат

$$\text{Косвенные затраты на продукт А} = 399\,600 \times 0,3525 = \text{€ } 140\,859,00$$

$$\text{Косвенные затраты на продукт В} = 205\,380 \times 0,3525 = \text{€ } 72\,396,45$$

$$\text{Косвенные затраты на продукт С} = 285\,825 \times 0,3525 = \text{€ } 100\,753,31$$

	А	В	С	ИТОГО
Выручка от реализации продукции	€ 936 000	€ 514 800	€ 422 500	€ 1 873 300
Стоимость сырья	€ 171 600	€ 81 900	€ 116 825	€ 370 325
Затраты на оплату труда производственного персонала	€ 228 000	€ 123 480	€ 169 000	€ 520 480
Исходная стоимость (стоимость сырья + затраты на оплату труда)	€ 399 600	€ 205 380	€ 285 825	€ 890 805
Затраты, относимые к центру издержек:				
Прочие переменные затраты	€ 49 380	€ 23 580	€ 29 900	€ 102 860
Прямые постоянные затраты	€ 65 000	€ 32 085	€ 23 400	€ 120 485
Косвенные затраты	€ 140 859,00	€ 72 396,45	€ 100 753,31	€ 314 008,76
Производственные затраты	€ 654 839	€ 333 441,45	€ 439 878,31	€ 1 428 158,76
Общий валовой экономический результат	€ 281 161	€ 181 358,55	- € 17 378,31	€ 445 141,24

Согласно методу Full Costing, производство продукта С приносит убытки, в то время как при использовании метода Direct Costing мы видим, что продукт С также участвует в покрытии постоянных затрат, поэтому было бы ошибкой удалять его из производства.

4. Попроцессный метод (Activity Based Method):**

В основе метода – утверждение, что затраты генерируются не продуктами, а действиями, выбранными для их получения и размещения на рынке. Он рассматривает процессы, а не функции. В отличие от метода Full Costing, данный метод соотносит центры издержек с действиями, выполняемыми компанией для создания продукта: дизайн, управление заказами, различные этапы обработки, послепродажное обслуживание и т.д. В данной модели распределение затрат происходит не пропорционально произведенному количеству, а в соответствии с действиями, относящимися к разным центрам издержек, на основании установленных фиксированных параметров. Этот метод учитывает, что у каждого продукта своя удельная себестоимость, и основывается на потреблении ресурсов и затрат по всем видам деятельности, которые позволяют производить продукт. Таким образом, вы имеете возможность получить полный анализ затрат, однако вынуждены будете принимать во внимание все сложности, связанные с учетом постоянных затрат. Это эффективный метод, но очень сложный, т.к. требует высокого уровня подготовки и поиска простых и надежных способов получения данных.

Ценовая политика

Выбрать ценовую стратегию непросто, вы должны четко определить основные цели (максимизация прибыли, стабильность цен, конкурентоспособность, умение прогнозировать изменения на рынке и приспосабливаться к ним). Принимая во внимание факторы конкуренции и особенности среды, в которой разрабатывается конкретный продукт, важно учитывать, что цена никогда не должна опускаться ниже уровня затрат на его производство, но и не должна быть выше стоимости, которая воспринимается покупателем как приемлемая. Ориентация на цену зависит от внутренних переменных компании (включая анализ затрат, о котором только что шла речь) и внешних переменных, которые, однако, трудно контролировать. Есть несколько основных аспектов, которые компания должна учесть для выбора правильной ценовой политики:

- a) Конкурентная ситуация: на рынке со свободной конкуренцией производитель не имеет власти над ценой, в отличие от ситуаций, когда свободной конкуренции нет (наиболее распространенная ситуация).
- b) Цели получения прибыли и продаж: исходя из цели, предприниматель выбирает цену, которая будет конкурентоспособной в большей или в меньшей степени.
- c) Долгосрочная цель: обычно цена также выбирается в качестве входного барьера для возможных конкурентов, поэтому цена также должна учитывать долгосрочные цели компании.
- d) Гибкость: это особенно важно для сезонных продуктов, но в целом полезно иметь гибкую ценовую политику, при которой учитываются различные моменты рынка.
- e) Государственная политика: правительство может вмешиваться в развитие отрасли и влиять на ценовую политику, установленную компанией.
- f) Общие цели компании: цена также определяется в зависимости от общих целей компании (темпы роста, доля рынка, которую необходимо занять, прибыль и т.д.).

Если внутренний лимит цены связан со стоимостью продукта, то внешний лимит цены зависит от эластичности рынка. Анализ рынка позволяет узнать цены конкурирующих компаний. Анализ цен и качества конкурирующих продуктов важен для понимания того, как позиционировать себя на рынке. Крайне важно также иметь стратегию ценообразования, начиная с той цели, которую имеет компания, и продолжая тем, какой тип продукта она производит. Исходя

из бизнес-целей (максимизация прибыли, стабильность цен, высокая конкурентоспособность и т.д.) будет определена соответствующая ценовая политика.

Цели, которые компания может преследовать при выборе цены:

- держать цену стабильной, чтобы получить прибыль, вне зависимости от колебаний между спросом и предложением;
- цена, которая позволяет максимизировать объем продаж;
- максимизировать прибыль;
- предотвратить конкуренцию с помощью высококонкурентной цены;
- занять определенную долю рынка;
- выжить.

Существуют различные **методы ценообразования**:

а) Метод полных издержек (Cost Plus Pricing)*: это самый простой метод выбора цены, так как в данном случае мы делаем единственный выбор – это процент прибыли, добавляемой к стоимости производства продукта. Тем не менее, этот метод имеет большие недостатки, так как не учитывает эластичность спроса и конкуренции.

б) Метод ориентирования на цену (Following Pricing):** в этом случае первым шагом является сравнение вашего продукта с аналогичными продуктами конкурентов. Это широко используется на высококонкурентных рынках, когда нужно установить такую цену, которая не вытеснит компанию с рынка. Негативным аспектом этого метода является пассивность, поскольку не наша компания устанавливает цену, а рынок и конкуренция.

с) Метод рыночной стоимости:** этот метод начинается с анализа спроса и его эластичности. Затем анализируется поведение потребителя, проверяется, сколько он готов заплатить за произведенный продукт. Этот метод очень эффективен только для тех, кто хорошо знает все внешние факторы, а именно рынок, конкуренцию, потенциальных клиентов и каналы сбыта.

д) Метод максимально высокой цены (Price Skimming)*: в этом случае целью будет максимизация прибыли при относительно небольших объемах производства. Метод работает только в том случае, если товар воспринимается как эксклюзивный, так как цена будет высокой.

е) Метод проникновения на рынок*: это метод, который можно использовать на всех этапах жизненного цикла продукта с целью выхода на рынок и завоевания больше его доли. В этом случае должна быть очень конкурентоспособная цена и большой спрос для обеспечения больших объемов продаж.

ф) Метод диверсификации цен*: для разных, но идентичных по существу продуктов (например, первый и второй класс транспортных средств) устанавливаются разные цены. Этот метод эффективен, если вы хотите ориентироваться на разные сегменты рынка.

г) Метод маржинальных издержек*:** этот метод предполагает знание маржинальных издержек, то есть затрат на производство одной дополнительной единицы продукта. Этот метод может быть полезен для сезонных продуктов, которые подвержены значительным колебаниям цен.

Чтобы установить свою цену, важно понимать, что прибыльность продукта определяется не способностью генерировать чистую прибыль, а возможностью по максимуму возмещать постоянные затраты. В этом смысле, при определении размера прибыли необходимо четко определить тип рынка, на который вы решили выйти, и цены на конкурентную продукцию, т.к. иногда выбор более низкой цены является более конкурентоспособным, поскольку он позволяет продавать большее количество продуктов и покрывать больше постоянных затрат. В конечном счете, выбор цены – это сочетание тщательного анализа издержек производства и широкого знания рынка, на который вы решили выйти.

***2. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЕКТА. ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР КОМПАНИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ МОРОЖЕНОГО**

Автор: Лоренцо Роза, эксперт по бизнес-планированию (Италия).

Родился 17 июля 1966 г. Получил степень магистра по специальности «Экономика и управление» в Софийском университете Флоренции, степень в области экономики в Римском университете.

С 2001 г. по настоящий момент работает в Фонде Иоанна Павла II. Главная цель фонда – инвестиции в развитие человеческого потенциала как ключевого фактора его роста. Фонд также организует программы, направленные на предоставление знаний, ресурсов и инфраструктуры для развития как на индивидуальном, так и на общественном уровне. Участвует в проектах в Палестине и Беларуси.

Имеет большой опыт работы в коммерческих предприятиях.

В 2017–2019 гг. консультировал фирму Fantasy Lorrupiano s.r.l., которая создает текстильные изделия для детей.

В период с 2015 по–2016 гг. был финансовым директором и владельцем строительства торгового центра с Egnazia, руководил покупкой земельного участка, архитектурным проектированием и разрешением на планировку, а затем продал его под застройку.

В период с 2008 по 2014 гг. был членом правления Banca Popolare dell'Etruria e del Lazio, с 2014 по 2015 г. – председателем правления.

С 2006 по 2008 гг. работал в НПО Ucodep (ныне известная как Oxfam Italia): осуществлял строительные проекты в Доминиканской Республике и во Вьетнаме.

Был председателем правления и генеральным директором с 1997 по 2014 гг. в Gruppo Ia Castelnuovese – кооперативное общество, основанное в 1956 г. Его основной деятельностью было строительство и обслуживание гражданских и промышленных зданий. Также выполнял работы как технический директор, будучи зарегистрированным в Национальном строительном регистре, с 1994 по 1997 гг., а начинал там как инженер-техник строительства, с 1988 по 1994 гг.

В период с 1999–по 2013 гг. был председателем правления и главным исполнительным директором общества Тоскана Амбиенте С. П. А., которое осуществляет сбор и управление полным циклом отходов в Тоскане.

Введение и презентация Фонда Иоанна Павла II

Фонд Иоанна Павла II объединяет и координирует сеть партнеров, которая включает учреждения, занимающиеся научными исследованиями, крупные дистрибьюторские компании, а также различные национальные и международные организации, и опирается на работу команды квалифицированных экономистов, агрономов и экспертов рынка. Фонд продвигает подход, основанный на партнерстве, помогающий мелким производителям (фермерам) реорганизовать свое производство в более перспективное с ориентиром на высокое качество продукции и, таким образом, способствует их выходу на международные рынки.

Отчеты и руководства по реализации проектов

Фонд Иоанна Павла II издал серию публикаций с отчетами и руководствами по реализации проектов, направленных на работу с мелкими производителями. Их цель – распространение знаний и информации о результатах, полученных партнерами в ходе их деятельности по оказанию технической помощи в рамках программ экономического развития в сельской местности разных стран.

Эти публикации систематизируют теоретические и методологические материалы, чтобы облегчить воспроизведение полученного опыта, и адресованы как мелким производителям, кооперативам и сельскохозяйственным предприятиям, так и всем заинтересованным лицам.

Отчеты, в которых изложены ценные технические и научные ноу-хау, способствуют развитию человеческого потенциала, социальному и экономическому развитию в наиболее неблагополучных сообществах и регионах на нашей планете путем содействия в борьбе с нищетой.

Система менеджмента качества мелких производителей (small farmers)

Система менеджмента качества (СМК) – это система стандартов качества, применяемая ко всему циклу сельскохозяйственного производства от процесса выращивания растений до управления послеуборочной обработкой.

СМК является частью общей структуры, направленной на взаимодействие, формирование партнерской сети и сотрудничество между мелкими производителями (фермерами), применяющими реорганизационную стратегию.

Походы и принципы, на которых основана СМК:

- Агрэкологический производственный подход, направленный на создание такой системы, при которой основное внимание уделяется повышению качества продукции в соответствии с требованиями международного рынка и при этом сохраняется хрупкий баланс между сельскохозяйственным растениеводством и окружающей экосистемой.

- Продвижение местных сортов растений и традиций, связанных с их культивированием, а также обеспечение производства высококачественных и экологически чистых продуктов.

- Этические принципы, позволяющие создать инклюзивную и эффективную сельскохозяйственную систему для фермеров и работников, участвующих в производственно-сбытовой цепи, которая обеспечивает выход на более прибыльные рынки через содействие экономическому и социальному развитию сообществ, находящихся в наиболее неблагоприятном положении.

Оценка и анализ рынка

Что такое анализ рынка?

Анализ рынка – это углубленное исследование различных экономических секторов, продукции, наших конкурентов и всего, что нас окружает, с целью получить четкую информацию о рынке.

Анализ рынка должен дать правильную оценку спроса и предложения для нашего производственного проекта.

Для чего нужен анализ рынка?

Анализ рынка позволяет нам получить четкую картину экономической деятельности вокруг нас и, следовательно, тщательно оценить наш новый бизнес, прежде чем принять важные решения.

Как провести анализ рынка?

1. Предварительная подготовка

Мы должны четко определить, каковы общие цели нашего исследования, чтобы четко сформулировать задачи. Не имея четкой установки, мы рискуем, что многие из полученных данных будут не сопоставимы друг с другом или исследование, которое мы проводим, будет недостаточно глубоким, поверхностным.

Этот этап очень важен и должен быть проведен с участием всех членов рабочей группой, чтобы у всех нас было четкое представление о том, что нам нужно оценивать и исследовать.

2. Планирование исследования

Чтобы исследование было целостным, важно определить методологию и способы сбора данных, информацию, которую нам необходимо найти и изучить, место проведения исследований, сроки и бюджет.

Собранные данные делятся на первичные и вторичные. Первые из них наиболее близки к проблеме, но иногда их поиск может быть сложным и дорогостоящим. А последние могут быть в распоряжении компании, но не всегда подходят для проводимого исследования, поэтому могут привести к неправильной интерпретации данных.

3. Сбор данных и информации

Данные собирают статистическим методом, чтобы получить однородную выборку для оценки сильных и слабых сторон продукта: как представлен на рынке продукт, который мы хотели бы производить; в каком направлении движутся наши конкуренты (как с точки зрения производства, так и с точки зрения размещения продукта на рынке); какие существуют нормы законодательства, касающиеся производства нашего продукта на национальном и международном уровнях (зависит от того, где мы хотим продавать наш продукт).

В этом случае у нас также будет информация, которой мы будем управлять сами, – первичные данные, связанные с опросами, интервью и рабочими группами. Вторичные же источники мы добудем из статистического анализа компаний, из оценки их прибыли и т.д.

4. Анализ данных

Как только данные будут собраны и размещены в базе данных, проводятся первые оценки. Рабочие группы должны сделать тщательный анализ и сравнить однородные данные, чтобы избежать ошибок интерпретации и получить реалистичные данные.

5. Подготовка и представление отчета о проведенном исследовании

После оценки и интерпретации данных готовится описательный и числовой отчет, максимально четкий и лаконичный. Его представляют высшему руководству компании и обсуждают.

Подготовка бизнес-плана и стратегия нового бизнеса

Что такое бизнес-план?

Бизнес-план, также называемый производственным планом, представляет собой документ, в котором содержится описание производственного проекта, который компания намерена разработать или реализовать.

В этом документе описываются стратегические цели бизнеса: каковы наши стратегии, результаты проведенного маркетингового исследования, различные этапы размещения продукта на рынке и методы продажи и, конечно, финансовые потребности нового бизнеса и способы привлечения средств.

Бизнес-план состоит из двух разных частей: описательной, о которой говорилось выше, и числовой, которая служит для «перевода» идеи нашего проекта в реальные числа.

Для составления второй части бизнес-плана созданы специальные IT-программы, которые будут рассмотрены в разделе «Веб-ресурсы для поддержки малого и среднего предпринимательства» тренинга «Информационные технологии в сельском хозяйстве». Обычно такая программа включает две части: часть, связанную с затратами, и часть, связанную с продажами и выручкой. Это важно, так как мы можем увидеть, как работают инвестиции, с точки зрения потребностей в экономических и финансовых ресурсах в ближайшем будущем и с точки зрения экономической отдачи от инвестиций.

Описательная часть бизнес-плана и стратегия нового бизнеса

1. Каковы наши потребности?

Одной из приоритетных оценок, которые необходимо провести, является определение наших потребностей. Постарайтесь сосредоточиться на том, почему вы хотите начать новый бизнес, действительно ли вы готовы работать и вкладывать человеческие и экономические ресурсы и готовы ли вы в то же время рисковать временем и деньгами в новой экономической деятельности.

2. Анализ истории бизнеса и той деятельности, которой мы планируем заниматься

Одна из первых оценок, которые нужно сделать, – попытаться проанализировать историю и опыт того бизнеса, который мы собираемся вести. Начало нового бизнеса требует опыта и человеческих ресурсов, а также финансовых затрат. Необходимо понять, на что мы способны, что мы можем произвести и есть ли у нас необходимый профессиональный опыт для ведения нового бизнеса. Это один из фундаментальных аспектов.

3. Рабочая группа и рабочий потенциал

Необходимо создать рабочую группу, которая занималась бы исключительно планированием новой бизнес-стратегии. Обычно профессиональные ресурсы, доступные компании, всегда ограничены, поэтому возникает необходимость с самого начала привлечь внешнюю консалтинговую компанию (или грамотного эксперта) для помощи рабочей группе и координации ее деятельности. Это также важно, потому что внешняя оценка является более объективной, чем решения, принятые внутри компании. Это помогает быть более объективными в выборе и оценке того, что именно мы хотим начать делать.

4. Окружающие нас реалии

Очень важно дать глубокую оценку тому, что происходит в наиболее близких нам бизнес-реалиях. Необходима углубленная оценка стратегий, бюджетов, инвестиций и экономической отдачи с точки зрения прибыли компании. Это помогает нам понять, как развивается рынок.

5. Выявление потребностей рынка. Продукт, который мы хотим вывести на рынок.

Исследование рынка необходимо для того, чтобы понять, как рынок движется вокруг нас. Точные и своевременные исследования должны планироваться с помощью консалтинговых компаний как на местном, так и на национальном и, при необходимости, на международном уровнях. Чтобы начать делать первые оценки нового бизнеса, мы должны иметь четкое представление о рынке с его сильными и слабыми сторонами.

6. Конкуренция

После детального исследования рынка мы сможем понять, кто наши конкуренты, и оценить, каковы их сильные и слабые стороны, а затем продумать нашу стратегию бизнеса и маркетинга.

7. Определение бизнеса и коммерческой стратегии

После того, как мы определили, как движется рынок, кто наши конкуренты, оценили сильные стороны нашей компании и наши экономические ресурсы, мы сможем определить, каким может быть наш бизнес, и, следовательно, подготовить коммерческую стратегию.

8. Подготовка бизнес-плана и хозяйственно-финансового проекта инвестиций

На основании всего этого должен быть подготовлен бизнес-план, или производственный план, в котором мы опишем наш производственный проект с его целями, стратегиями, маркетингом, методами продаж и финансовым планом.

Бизнес-план дает четкое представление о нашей деятельности, направлении и принципах движения, и его необходимо постоянно проверять и обновлять в соответствии с ходом выполнения производственного плана.

Также должны быть определены экономические ресурсы, необходимые для инвестиций, и инвесторы для проекта. Нужно решить, использовать ли собственные экономические ресурсы или привлекать внешних инвесторов, которым необходимо постоянно предоставлять отчет о ходе бизнеса и изменениях в бизнес-плане.

Расчетная часть бизнес-плана

Расчетная часть бизнес-плана является наиболее тонкой и сложной для представления, поскольку она должна переводить наши идеи и оценки в цифры, чтобы компания и финансовые аналитики могли понять, насколько наш проект экономически целесообразен.

Если мы хотим привлечь внешних или институциональных инвесторов для венчурного (рискового) финансирования, важно, чтобы расчетная часть была подготовлена с максимальной тщательностью и точностью, поскольку это влияет на доверие ко всему проекту. Эта часть служит для того, чтобы понять, является ли наша «идея» нового бизнеса осуществимой с экономической точки зрения либо же, как это часто бывает, это всего лишь красивая мечта, которая финансово нереализуема, поскольку она порождает экономические потери или потребность в большой финансовой ликвидности, которую компания не может найти.

Первые бизнес-идеи в Школьном саду

Цель данной работы состоит в том, чтобы приблизиться к пониманию реальной ситуации в сельской местности в Беларуси с помощью проекта «Школьный сад» и попытаться создать конкретный бизнес с возможностью трудоустройства для молодежи. Проблема связана с тем, что после окончания учебы, не имея перспективы трудоустройства и будущего, молодые люди и некоторые семьи покидают деревни и сельскохозяйственные регионы и переезжают в города или даже эмигрируют из страны.

Проект довольно хорошо изложен в части, касающейся работы со школами и профессиональной подготовкой студентов в продвижении новой модели сельскохозяйственной деятельности, связанной с качеством сельхозпродукции и органикой. Однако должна быть определена и спланирована производственная стратегия, связанная с созданием бизнеса, основанного на сельскохозяйственной деятельности.

Крайне важно найти конкретный вид рыночной деятельности, на котором можно сконцентрировать бизнес-идеи проекта и, в то же время, начать привлекать учителей и особенно учащихся и их семьи. Участие в проекте должно содействовать пониманию социальной значимости такой деятельности, связанной, прежде всего, с молодежью, а также способствовать улучшению ситуации в неблагополучных районах сельской местности. Рассмотрим в качестве примера территорию, расположенную на юге Беларуси, а конкретнее Брагинский район Гомельской области.

Мы должны попытаться заставить все стороны, участвующие в проекте, «влюбиться» в него, давая им понять, что эта идея основана на конкретной и достижимой стратегии, основанной, прежде всего, на новой концепции обучения в школах в области сельского хозяйства и открывающей возможности для нового бизнеса, который поможет вывести какой-то продукт на рынок.

Многие вопросы должны быть изучены более глубоко: необходимо провести исследование рынка, чтобы понять, какие продукты питания могут быть выведены на внутренний рынок Беларуси, а также их возможные цены.

В то же время требуется решить более тонкую и сложную задачу для понимания того, что требуется международному рынку, особенно соседнему российскому, поскольку он наиболее доступен, что объясняется отношениями между двумя странами, а также позволяет сформировать более высокую добавленную стоимость продукта, чем на внутреннем рынке.

Необходимо тщательно оценить качество удобрений и почв, на которых будут выращиваться сельскохозяйственные культуры. Не будем забывать, что на международном рынке все еще существуют опасения относительно возможной загрязненности белорусской продукции радионуклидами как следствия Чернобыльской катастрофы 1986 года.

Как и со всеми предпринимательскими инициативами, мы должны преобразовать «идеи» в «числа», чтобы понять, может ли деятельность дать экономическую отдачу. Должен быть разработан бизнес-план, или производственный план, в котором можно начать делать первые оценки затрат и доходов от всей экономической деятельности. Это поможет нам составить первый конкретный производственный и финансовый план с данными, которые будут получены в результате исследования рынка. Тщательная и детальная работа должна быть проведена по внутренним производственным затратам, связанным с сырьем и персоналом.

Как только в результате исследования выяснится, какие продукты требуются рынку, мы начнем оценивать, способны ли мы производить все продукты на наших фермах или нам следует наладить взаимодействие с другими предприятиями.

В любой предпринимательской деятельности практикуется смешанная схема: мы должны частично пробовать напрямую производить то, что требует рынок, но в то же время реализовывать продукты, покупая их у других предприятий. Это позволит нам предлагать более широкий ассортимент продукции на рынке, принимая на себя меньшие предпринимательские и финансовые риски. Давайте представим, что рынку нужно большое количество сыра, а на первом этапе слишком рискованно и дорого управлять фермой с дойными коровами. В этом случае нам следует привлекать фермы, которые производят коровье молоко хорошего качества только органическими методами (если они этого не делают, их нужно убедить, что это позволит повысить добавленную стоимость), и покупать его непосредственно у них. Суть нашего бизнеса будет заключаться в переработке продукта, т.е. это своего рода молочный бизнес, который является более прибыльным и менее затратным. Мы будем производить продукт в соответствии с рыночным спросом и в количестве, необходимом для выполнения наших заказов.

На первом этапе запуска бизнеса мы будем продавать только определенные продукты, которые будут производиться специально для нас фермерскими хозяйствами, с которыми мы заключим коммерческие соглашения. Если в регионе есть много небольших семейных предприятий (личных подсобных хозяйств), их можно привлечь к сотрудничеству, чтобы таким образом помочь им остаться в своих деревнях. Я считаю, что это такое вовлечение могло бы быть также использовано в проекте «Школьный сад», поскольку, если мы дадим возможность небольшим фермерским хозяйствам на юге Беларуси или семьям учащихся продавать свои товары, мы вместе достигнем нашей цели.

Это позволит нам довольно быстро увеличить наш оборот на начальном этапе, в то время как учащиеся будут заниматься сельским хозяйством, а компания начнет продвигать свой продукт на рынке. Понятно, компании-партнеры, которые будут работать над нашим проектом, должны проводить важную работу по контролю качества, чтобы оно соответствовало определенным требованиям (органическая ферма, соблюдение гигиенических норм и т.д.). Эта деятельность может быть даже включена в образовательный процесс как практическая составляющая занятий по профориентации.

Организационная структура

После того как будет принята корпоративная стратегия, мы сможем более конкретно определиться с организационной структурой нашего бизнеса в соответствии со спецификой деятельности, которой мы собираемся заниматься.

Это может быть кооператив или консорциум, члены которого напрямую поставляют свои продукты, а компания продает их на рынке. Такая схема позволяет расширять и продвигать кооператив или консорциум как единую организацию, работающую на рынке. Важно в этом случае тщательно изучить налоговые аспекты бизнеса.

Стратегические аспекты

Что касается возможности осуществления предпринимательской деятельности, необходимо определить две рабочие группы, состоящие из двух или трех человек. Первая группа должна будет работать над развитием внутреннего рынка, чтобы понять, где и как разместить продукты, которые будут выращиваться на фермах. Вторая группа начнет работать на международных рынках, начиная с российского. Работа на международных рынках требует опыта и знаний о бизнесе, а планирование деятельности всей организации – больших затрат времени.

Важно создать корпоративную культуру, в которой было бы ясно, что совместная работа является дополнительным бонусом (ценностью). Это также означает, что, если мы хотим получить экономическую отдачу, мы должны уделять время постоянному обучению сотрудников эффективно взаимодействовать и работать в команде при решении вопросов организации производства и продаж.

Также следует тщательно оценить, как наш бизнес может повлиять на общую ситуацию в регионе с точки зрения отношений между рыночными субъектами. Очевидно, если наше производство «заработает», мы отнимем часть рынка у конкурентов, что приведет к коммерческому дисбалансу, а это может иметь последствия в виде агрессивных действий со стороны участников рынка.

Идея для школьного бизнес-проекта

Попробуем придумать конкретную идею предпринимательской и коммерческой деятельности.

В Брагинском районе школы в настоящее время выращивают экологически чистые фрукты и овощи, а вблизи есть хозяйства, которые производят молоко.

В Беларуси, как и во многих других странах, высокий уровень потребления фасованного мороженого, однако в стране нет кафе-мороженых, которые производили бы свежее мороженое, используя высококачественное органическое сырье. Давайте подумаем, из какого сырья делают свежее мороженое: обычно это молоко и свежие фрукты. Из крупного оборудования вам понадобится только мороженица и холодильник, где вы можете хранить сырье.

Я считаю, что мы можем рассмотреть бизнес-проект, который на первом этапе предусматривает производство свежего мороженого с использованием фруктов из школ и молока, закупаемого у небольших семейных хозяйств или ферм.

Таким образом, мы станем первой компанией во всей Беларуси, которая будет производить высококачественное свежее мороженое.

Начать реализацию этого проекта мы могли бы сразу после проведения маркетинговых исследований. Мы должны разработать бренд, который будет представлять компанию, логотип, отражающий социальную цель компании, а также создать прилавок для установки в магазине или недорогой мобильный киоск (желательно деревянный как наиболее экологичный), где будет производиться и продаваться мороженое. Такие киоски могут быть размещены во всех городах и деревнях, которые мы считаем подходящими, а учащиеся или студенты могут немедленно начать работать на этих точках и получать вознаграждение за свою работу.

В этих же точках мы могли бы также продавать другие молочные продукты, такие как сыры, в дополнение к фруктам и овощам из школ. Производство сыров – это прибыльное дело средней сложности, и, потратив не так много средств, мы могли бы оборудовать небольшой цех для производства и созревания сыра. Не будем забывать, что в белорусских семьях наблюдается высокий уровень потребления сыра.

Также необходимо привлечь экспертов, которые будут проводить с сотрудниками, в том числе учащимися и студентами, занятия, посвященные производству мороженого и работе с клиентами.

Мы могли бы открыть свой первый бизнес в Минске, поскольку население города составляет около двух миллионов человек, и его рынок позволил бы нам реализовывать значительные объемы продуктов (средняя стоимость мороженого в городе составляет около 2 рублей за 60 г мороженого и около 3 рублей за 100 г). Затем мы можем спланировать деятельность в деревнях, установив рядом со школами киоски(используя такие ресурсы, как электричество, холодильники, инфраструктура и т.д.), где будут продаваться мороженое, сыры, а также фрукты и овощи, выращиваемые на базе пришкольных участков.

Это конкретный пример бизнес-проекта, который можно реализовать за короткое время и который позволит придать большую уверенность молодым студентам (учащимся) и их учителям.

В более широкой стратегии коммерческой деятельности впоследствии также может быть оценена возможность приготовления и продажи продуктов питания, производимых школами. На основе расширенных или переоборудованных киосков для продажи мороженого можно создать своего рода маленькие рестораны, где будут готовиться традиционные блюда белорусской кухни.

Это позволило бы нам расширить деловое предложение и дать учащимся больше возможностей для трудоустройства после окончания школы. Очевидно, что в программу школ должны быть включены соответствующие профильные курсы. Если эти бизнес-идеи найдут свою постоянную клиентуру, мы сможем получить хорошую экономическую отдачу и возможность организовать точки производства и продаж в разных городах и деревнях.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. СЛОВАРЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

Аviso – официальное извещение об изменениях в состоянии взаимных расчетов, переводе денег, посылке товаров и т.п., направление одним контрагентом другому.

Агент – юридическое или физическое лицо, являющееся представителем фирмы или другого лица. Выполняет деловые поручения от имени фирмы или другого лица и за их счет.

Аккредитив – именная ценная бумага, удостоверяющая право лица, на имя которого она выписана, получить в банке сумму, указанную в бумаге.

Активы предприятия – вся собственность, принадлежащая компании, которая она использует для осуществления предпринимательской деятельности; отражается в левой части бухгалтерского баланса.

Акции – ценные бумаги, выпускаемые акционерным обществом и дающие право их владельцу на получение определенного дохода (дивиденда) из прибылей акционерного общества.

Амортизация – 1. Перенесение стоимости постепенно снашивающихся основных фондов на стоимость вырабатываемой продукции. 2. Целевое накопление денежных средств и их последующее применение для возмещения изношенных основных фондов.

Аудит – проверка финансовой деятельности компании аудитором.

Аукцион – продажа с публичных торгов, при которых продаваемый товар или имущество приобретаются лицом, предложившим наивысшую цену.

Баланс бухгалтерский – документ бухгалтерского учета, который в обобщенном денежном выражении дает представление о финансовом состоянии дел фирмы на определенную дату.

Банк – финансовое предприятие, которое сосредоточивает собственные и привлеченные денежные средства, предоставляет их во временное пользование в виде кредитов, посредничает во взаимных платежах и расчетах между предприятиями, учреждениями или отдельными лицами.

Банковская гарантия – гарантия выполнения условий контракта или возврата авансированных сумм, выдаваемая коммерческим банком по просьбе клиента.

Бизнес – экономическая деятельность, направленная на получение дохода и прибыли, использующая товарно-денежные отношения и базирующаяся на предпринимательстве.

Брокер – посредник, содействующий совершению сделок между клиентами по поручению и за их счет. Получает вознаграждение в виде комиссионных.

Валовой внутренний продукт, ВВП (валовой национальный продукт, ВВП) – сумма всех товаров и услуг в денежном выражении, произведенных экономикой страны за определенный период, как правило, за год.

Валюта – 1. Денежная единица страны (например, белорусский рубль в Республике Беларусь, доллар в США, и т.д.). 2. Денежные знаки иностранных государств, используемые в международных расчетах.

Валютный курс – цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах другой страны, соотношение обмена валют разных стран.

Вексель – письменное долговое обязательство установленной законом формы, выдаваемое заемщиком кредитору, предоставляющее последнему право требовать с заемщика уплаты к определенному сроку суммы денег, указанной в векселе.

Гиперинфляция – стремительно развивающаяся инфляция, которая может привести к экономическому краху.

Дебитор – юридическое или физическое лицо, имеющее задолженность предприятию. Антипод – кредитор.

Дебиторская задолженность – часть оборотного капитала компании. Причитающиеся компании, но еще не полученные ею средства.

Девальвация – признанное государством уменьшение официального золотого содержания денежной единицы страны или снижение ее курса по отношению к твердым валютам других стран.

Денежная система – установленная государством форма организации денежного обращения в стране.

Дилер – лицо или фирма, посредник в торговых сделках. Выступает как собственник, т.е. приобретает товар, а затем сбывает его и получает вознаграждение за счет разницы в стоимости.

Дочерняя компания – корпорация, в которой 50% обыкновенных акций принадлежат другой компании (материнской).

Единая тарифная сетка – шкала квалификационных разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов, начиная с рабочих низшего квалификационного разряда и заканчивая руководителями предприятия.

Жизненный цикл товара – период времени, в течение которого товар обладает жизнеспособностью на рынке и обеспечивает достижение целей продавца. Условно состоит из следующих стадий: внедрение товара на рынок, рост объема продаж вследствие признания товара покупателем, зрелость товара, характеризующая максимальной прибылью, спад объема продаж и прибыли.

Зачет – взаимное погашение обязательств и требований.

Инвестиция – помещение капитала в какие-либо юридически самостоятельные предприятия на длительный срок (минимально более года) либо с целью получения дополнительной прибыли, либо с целью приобретения влияния на компании, либо в связи с тем, что такое вложение средств является более выгодным по сравнению с организацией собственных операций в этой области. И. производится главным образом в форме покупки инвестором ценных бумаг – акций и облигаций акционерных компаний.

Инфляция – обесценивание бумажных денег вследствие выпуска их в обращение в размерах, превышающих потребности товарооборота, что сопровождается ростом цен на товары и падением реальной заработной платы.

Ипотека – 1. Залог недвижимого имущества (земли, строений) для получения ссуды. 2. Денежная ссуда, выдаваемая банком под залог недвижимого имущества. 3. Долговое свидетельство о залоге недвижимости, выдаваемое банком заемщику.

Калькуляция – исчисление себестоимости единицы продукции по видам расходов (калькуляционным статьям). Показывает формирование цены (обоснование счета), предъявляемое потребителю продавцом или производителем.

Коммерция – деятельность по осуществлению операций купли-продажи товаров, приносящая коммерсанту прибыль благодаря разнице в цене покупки и продажи.

Комплекс маркетинга – набор контролируемых производителем факторов маркетинга, используемых фирмой в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка.

Конвертируемые валюты – денежные единицы, свободно обмениваемые на другие национальные валюты и международные платежные средства.

Конкуренты – экономические соперники, имеющие одинаковые цели в какой-либо сфере деятельности и потому заинтересованные в том, чтобы вытеснить друг друга с рынка сбыта, обогнать друг друга по эффективности производства и качеству продукции.

Конкуренция – соперничество, борьба за достижение наилучших результатов в каком-либо виде деятельности, за экономически более выгодные условия производства и реализации продукции, за получение наивысшей прибыли.

Консалтинг – деятельность специальных компаний по консультированию производителей, продавцов, покупателей в области экспертной, технической и экономической деятельности.

Консигнация – комиссионная продажа товаров, при которой товары отгружаются производителем или дилером агенту на его склад для реализации по наилучшей цене, но при этом они остаются собственностью отправителя.

Контракт – соглашение, договор, в котором отражаются взаимные обязательства договаривающихся сторон; обычно заключается в отношении торговых сделок, взаимных поставок, заказов, найма и увольнения сотрудников, оплаты труда.

Кредитоспособность – наличие предпосылок для получения кредита, способность возратить его. Определяется показателями, характеризующими заемщика: аккуратностью при расчетах по ранее полученным кредитам, текущим финансовым положением и перспективой его изменения, способностью при необходимости мобилизовать денежные средства из различных источников.

Курс акций – цена, по которой продаются акции на фондовой бирже.

Лизинг – форма долгосрочного договора аренды. Договор Л. характеризуется определенными условиями использования арендованного имущества. По существу, это нечто среднее между договором аренды и договором о предоставлении кредита.

Ликвидация – объявление прекращения финансовой деятельности предприятия с продажей всех активов, погашением всех финансовых обязательств и распределением оставшихся средств между учредителями (акционерами). Может быть добровольная или принудительная (после процедуры банкротства).

Малый бизнес – экономическая деятельность совокупности малых предприятий. Является основой рыночного хозяйства.

Маркетинг – современная система производства и сбыта товаров, нацеленная на получение прибыли путем удовлетворения потребностей потребителя. М. базируется на концепции производства, подчиненного рынку.

Менеджер – специалист по управлению и организации экономических процессов.

Менеджмент – совокупность научных и практических методов управления экономическими процессами с целью получения максимальной эффективности и прибыльности.

Монополия – рынок, на котором функционирует только один покупатель.

Налог – обязательный платеж, взимаемый государством с физических и юридических лиц.

Облигация – вид ценной бумаги (долгового обязательства), по которой ее эмитент обязуется выплатить фиксированную сумму в определенный момент в будущем. Отличается от акции тем, что ее владелец не имеет права голоса и права собственности на имущество эмитента.

Оборотный капитал – превышение текущих активов над краткосрочными обязательствами, позволяющее компании финансировать свои постоянные операции; фонды, которые могут быть быстро трансформированы в деньги.

Ограниченная ответственность – положение, при котором максимальный размер ущерба участников предприятия в случае коммерческой неудачи не превышает их вклада в это предприятие.

Патент – документ, разрешающий заниматься каким-либо ремеслом или промыслом.

Платежеспособный спрос – спрос на товары и услуги, обеспеченный денежными средствами покупателей. Без его изучения и прогнозирования невозможна правильная маркетинговая стратегия фирмы.

Посредничество – вид непроизводственной предпринимательской деятельности, который заключается в налаживании связей между производителями и потребителями с целью ускорения обращения товаров и ресурсов.

Пошлина – налог, взимаемый государственными учреждениями при осуществлении определенных действий. Например, регистрация прав собственности, нотариальные действия, ввоз иностранного товара и т.д.

Предпринимательство – активная деятельность отдельных граждан, групп, предприятий по производству и реализации товаров и услуг, которые пользуются спросом.

Приватизация – передача государством прав собственности на имущество частным лицам, группам лиц, коллективам, организациям путем перепродажи или дарения.

Равновесная цена – рыночная цена товара, при которой объем спрашиваемого товара равен объему предлагаемого товара.

Расчетный счет – один из видов счетов, открываемых банками самостоятельным предприятиям, организациям, ведущим финансовые операции.

Реинвестиции – направление прибыли на расширение производства, а не на выплату дивидендов.

Реклама – вид маркетинговой деятельности, заключающаяся в предоставлении потребителям информации о товарах, услугах с целью создания спроса на них.

Рентабельность – показатель, характеризующий экономическую эффективность производства.

Рынок – система экономических отношений купли/продажи товаров, в рамках которой формируется спрос, предложение и цена на них.

Рыночная стратегия – система мероприятий, используемая предпринимателем для расширения своей сбытовой деятельности.

Сальдо – разность между денежными поступлениями и платежами за определенный период времени.

Сегментирование рынка – процесс классификации потребителей на основе какого-либо значимого критерия (пол, возраст, доходы и т.п.).

Себестоимость – денежное выражение текущих затрат предприятия на производство и реализацию продукции.

Спрос – личная или общественная потребность в продуктах или услугах на базе реальной покупательной способности. Наряду с ценой и предложением, С. – основной элемент рыночного механизма.

Ссуда – особая форма займа, которая выражается в передаче материальных или денежных ценностей с отсрочкой их возврата и с уплатой процента за их использование.

Ссудный капитал – денежный капитал, отдаваемый в ссуду и приносящий его собственнику доход в форме процента.

Ссудный процент – плата заемщика кредитору за пользование ссуженными деньгами или материальными ценностями; размер ссудного процента зависит от величины, характера и срока ссуды.

Субсидия – финансовая помощь в виде денежного пособия, предоставляемая обычно из средств государственного бюджета юридическим лицам, частным гражданам, другим государствам.

Товар – все, что удовлетворяет личные или общественные потребности, и предлагается в рыночном хозяйстве для приобретения, использования или потребления, например, объекты, услуги, идеи, организации и т.п.

Уставный фонд – сумма вкладов участников общества, которая необходима для создания и обеспечения деятельности хозяйствующего субъекта.

Физическое лицо – индивидуум, группа людей, реализующих свои права как конкретные частные лица.

Финансирование – выделение денежных средств на различные нужды (социальные, производственные, строительство и реконструкцию предприятий и т.д.).

Финансовые коэффициенты – выраженные в числах соотношения между различными экономическими показателями. Основной элемент финансового анализа и планирования в условиях рыночной экономики. Выделяют четыре основных группы Ф.К.: ликвидности, рентабельности, зависимости, эффективности.

Фирма – хозяйственное, промышленное, торговое или посредническое предприятие, пользующееся правами юридического лица.

Фонд – 1. Денежные или материальные средства, предназначенные для определенных целей, имеющие определенное назначение. 2. Добровольная организация, учреждение для оказания материальной помощи, финансирования социальных программ.

Франчайзинг – соглашение о том, что крупная «родительская» фирма предоставляет мелкой частной фирме в течение определенного времени в специально указанном месте право вести свое дело и торговать своей продукцией под маркой «родителя». Во многих случаях такая опека помогает начинающему предпринимателю грамотно выбрать торговую зону, получить заем и т.п.

Ценные бумаги – документы имущественного содержания, с которыми какое-либо право связано так, что оно без этих документов не может быть ни осуществлено, ни передано другому лицу. Например, акции, облигации, сертификаты и т.п.

Эмиссия – выпуск в обращение денег или ценных бумаг.

Эмитент – учреждение или предприятие, производящее эмиссию.

Юридический адрес – официально зарегистрированный, занесенный в реестр адрес юридического лица.

Юридическое лицо – организация, имеющая в собственности или оперативном управлении обособленное имущество и отвечающая по своим обязательствам этим имуществом.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. С ЧЕГО НАЧАТЬ СВОЕ ДЕЛО?

Если вы решили открыть свое дело, то вам пригодятся несколько правил для начинающих предпринимателей:

1. Предлагайте или производите то, что хотят приобрести.
2. Большинство рынков перенасыщено товарами (услугами). Думайте над созданием совершенно нового товара (услуги) или создайте конкурентные преимущества своему товару (услуге).
3. Самостоятельно проведите маркетинговые исследования внутреннего рынка.
4. Чутко и быстро реагируйте на изменения рынка. Пользуйтесь в своей работе постулатом: «Кто не успел, тот опоздал».
5. Даже производя стандартный товар (услугу), стремитесь быть хоть в чем-нибудь лучше конкурентов.
6. Попытайтесь создать в глазах потребителей имидж, соответствующий вашим представлениям о стабильной и процветающей фирме. Активно «присутствуйте» в Интернете.
7. Контролируйте соотношение доходов и расходов, движение прибыли. Пользуйтесь в своей работе постулатом: «Доверяй, но проверяй».
8. Не принимайте необоснованно рискованных решений. Идите только на строго рассчитанный риск.
9. Требование железной деловой дисциплины должно относиться ко всем сотрудникам, включая вас лично.
10. Строго выполняйте обязательства по отношению к партнерам – поставщикам и потребителям, кредиторам, налоговым органам, персоналу компании.
11. Привлекайте грамотных сотрудников и заботьтесь о них. Квалифицированный персонал – основа любой компании. В конечном итоге все зависит от людей. Кадры решают все.
12. Не бойтесь увольнять сотрудников, постоянно не справляющихся со своими обязанностями. Интересы дела должны быть на первом месте.
13. Помните об объективных законах экономического развития, в том числе и о тенденциях экономических процессов приходить к равновесному состоянию. Всегда будьте готовы перестроиться.
14. Никогда не останавливайтесь на достигнутом. Современный бизнес настолько динамичен, что тот, кто остановился, сразу оказывается в числе отстающих.
15. Всегда необходимо быть в курсе всех экономических (и не только экономических) условий для ведения бизнеса, а лучше всего прочесть Директиву Президента Республики Беларусь от 31.12.2010 №4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь».

Запомнив правила, первое, что следует сделать, – это определиться, что будет производить ваша фирма. Строго говоря, есть только два принципиально разных пути к достижению успеха: производить то, что не производит никто, или производить то, что и другие, но лучше других. И тот, и другой подход – это попытка сформировать конкурентные преимущества, то есть то, что будет выгодно отличать вас от конкурентов.

Если вы по примеру многих «первопроходцев» решили предложить на рынке что-то, что до вас еще не предлагал, вам необходимо быть твердо уверенными, что этот товар или услуга будет пользоваться успехом. Для этого придется тщательно исследовать потребности рынка. Многие начинающие бизнесмены уверены в том, что их идея перевернет мир, покупатели бросятся покупать их принципиально новое изделие, но на самом деле это не происходит. Поэтому, прежде чем вкладывать средства в массовое производство нового товара, попробуйте провести исследование и выяснить, сколько покупателей готовы приобрести ваш товар и какую цену готовы за него заплатить. Помните, что производить следует то, что можно продать.

Если вы хотите вывести на рынок какое-то свое изобретение, не забудьте его запатентовать, то есть получить в патентном бюро документ (патент), подтверждающий ваше авторство. Тогда вы сможете либо стать единственным его производителем – монополистом, со всеми вытекающими отсюда преимуществами, либо продавать право на производство вашего изобретения и получать от этого доход. В противном случае конкуренты сумеют быстро наладить собственное производство вашего товара.

Решив производить проверенный рынком товар, оцените, что может привлечь покупателей именно к вам. Возможно, вам удастся придать товару чуть-чуть иные свойства и характеристики, которые заинтересуют покупателей. Или вы сумеете сделать товар более дешевым, усовершенствовав технологию его производства. Путей привлечения покупателей достаточно много. Надо лишь выбрать, по какому из них пойдете именно вы.

Определившись с видом деятельности, можно заняться составлением бизнес-плана. Грамотно составленный бизнес-план – половина вашего успеха, поскольку, составляя его, вы сможете ответить для себя на многие вопросы: какое количество ресурсов вам понадобится, где взять средства на их приобретение, какие результаты вы сможете получить от своей деятельности.

Но бизнес-план – это лишь план, который вам придется воплощать в реальность. Прежде чем ваша фирма откроется, вам необходимо получить лицензию на соответствующий вид деятельности: производственную, сферу услуг, консультационную, финансовую и т.д. Для приобретения лицензии вам потребуется определенная сумма денег, поскольку за лицензию необходимо заплатить.

Кроме того, придется представить доказательства того, что вы можете производить данную продукцию или предоставлять услугу (располагаете определенными знаниями и квалификацией – если речь идет о какой-либо консультационной деятельности, имеете условия для производства продукции, соответствующей стандартам качества, если речь идет о производстве). Если вы планируете производить какой-то новый товар, то для получения сертификата придется получить заключение экспертов о том, что этот товар не опасен для здоровья потребителей, его производство не нарушает требования экологов, медиков и т.д.

Кроме получения лицензии или прохождения сертификации для создания собственной фирмы нужно найти начальный капитал. Где его взять? Этот вопрос важен для любого бизнеса. Чтобы начать что-то производить, нужно приобрести ресурсы. А для этого необходимы финансы. В собственный бизнес можно вложить собственные деньги – если они есть, конечно. А вот если их нет или если их мало, понадобится заемный капитал. Хороший бизнес-план поможет вам привлечь желающих вложить деньги в ваш бизнес. Возможно, у вас есть друзья, которые захотят стать вашими партнерами по бизнесу. Есть возможность обратиться в банк, и если банк сочтет ваш бизнес перспективным, вам будет предоставлен кредит, который нужно будет вернуть с процентами.

А можно начать свой бизнес, занимаясь делом, которое практически не требует затрат. Например, выгуливать соседскую собаку или предложить ухаживать за цветами тем, кто уезжает в отпуск. Да мало ли что можно придумать, если хочешь зарабатывать. Зайдите на сайт www.svoedelo.by и найдете там тех, кто вам поможет определиться в начале пути и при принятии решения. Включайте фантазию, и вас непременно ждет успех.

Генеральный директор
Инкубатора малого предпринимательства
ЗАО «МАП ЗАО» Минский район

Найдович С.М.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕУСПЕВАЮЩЕГО И НЕУДАЧНИКА

<u>Преуспевающий</u>	<u>Неудачник</u>
Изменяет свое поведение.	Старается изменить поведение других.
Работает много, качественно, и при этом у него на все хватает времени.	Всегда слишком занят и при это не успевает сделать необходимое.
Делает.	Дает обещания.
Знает, когда оказать сопротивления, а когда уступить.	Сдается, когда требуется упорное сопротивление, и сражается по пустякам.
Ценит способности других и всегда рад поучиться.	Не желает признавать способности других, концентрируется на их слабостях.
Смело рискует, чтобы сделать лучше	Избегает вызова из-за страха ошибок и критики.
Находит возможности.	Подчеркивает проблемы.
Признает, что люди разные.	Не признает право других людей быть разными.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ВИКТОРИНЫ

Анатомия и теория денег

1. Что у человека 12 пар, а у монеты всего одно? (*Ребро.*)
2. Назовите термины, обозначающие все стороны монеты: лицевую, обратную и ребро? (*Аверс, реверс, гурт.*)
3. Мы говорим о лицевой стороне монеты – «орел», а об обратной – «решка». С «орлом» понятно, это давний символ российской государственности, а почему «решка»? (*Это разговорное слово образовалось от слова «решетка» – вензеля, отображающего царские инициалы в виде вязи на обратной стороне монет.*)
4. Не только положительное качество человека, но и стоимость, ценность денежного знака. (*Достоинство.*)
5. Не только наличие, присутствие, но и деньги, имеющиеся налицо. (*Наличность.*)
6. Благородное нетто монеты – это... Что? (*Корн – масса чистого благородного металла – золота, серебра, содержащегося в монете.*)
7. Нумизматика изучает металлические деньги, а какая наука изучает деньги бумажные? (*Бонистика. Но она изучает далеко не все деньги, а лишь вышедшие из употребления.*)
8. Как называется разменная монета, номинал которой превышает стоимость содержащегося в ней металла и расходы на ее чеканку? (*Билонная монета, от франц. billon – низкопробное серебро. В настоящее время чеканятся только билонные монеты.*)
9. Какие монеты с недавних пор чеканят из «скандинавского золота»: сплава меди, алюминия, цинка и олова, разработанного финской меднорудной компанией? (*Евроценты.*)
10. Как называют художника, изготавливающего формы для монет и медалей: медалист, медальер или медальон? (*Медальер.*)
11. Деньги выполняют четыре основные функции: они являются мерой стоимости, средством обмена, средством платежа и ... Назовите четвертую функцию. (*Средство накопления.*)
12. Свидетельство того, что деньги вложены в данное предприятие, – это... Что? (*Акция.*)
13. Каким словом называют и деньги, и людей, которые деятельно работают? (*Актив.*)
14. Что значит выражение «давать деньги в рост»? (*Давать деньги в долг под проценты.*)
15. Кого В. Даль в своем толковом словаре назвал купцами, торгующими деньгами? (*Банкиров. По определению толкового словаря Даля, банкир – купец, торгующий деньгами и денежными бумагами, занимающийся учетом векселей и переводом по ним платежей из одного места и государства в другое и удерживающий за такую услугу оговоренный процент в свою пользу.*)
16. Какое слово произошло от латинских «денег, приносящих процент»? (*Капитал.*)
17. Этими снарядами некий сиамский царь приказал обстреливать осажденный город. И защитники с удовольствием оставили свои посты. Что это были за снаряды? (*Горшки с монетами. Нестойкие защитники бросились собирать монеты. Царь без труда вошел в город, перебил всех и вернул деньги с лихвой.*)

18. Каким образом Наполеон, воюя с Россией, боролся за ослабление ее финансовой системы? *(Он наладил выпуск фальшивых русских ассигнаций.)*

19. Причина укрупнения денежных купюр – это... *(Инфляция.)*

20. Сколько денег в кейсе, набитом долларами, как в кино показывают? *(Один миллион рублей – это 10 банковских упаковок по 100 купюр номиналом 1000 рублей. Размер 1000-рублевой купюры примерно 158x69 мм, 100-долларовой – 156x66 мм. Размер небольшого кейса 500x360 мм. Следовательно, слой из 15 упаковок, как рублевых, так и долларовых, полностью закроет дно. В семи слоях – 10,5 млн. долларов или 105 млн. рублей.)*

21. Каким термином мы обязаны американским прачечным и итальянским мафиози, захватившим рынок стирки вещей по всей Америке? *(Отмывание денег.)*

22. В этот день курс доллара на московской бирже вырос сразу на 1000 пунктов. Назовите этот памятный всем день. *(Октябрьский «черный» вторник 1994 года.)*

22. Как называется непрерывное движение денег в ходе их использования?

- а) Обращение;
- б) Циркуляция;
- в) Брожение;
- г) Круговорот.

(Правильный ответ «а».)

23. Какая наука изучает бумажные денежные знаки, вышедшие из употребления?

- а) Нумизматика;
- б) Бонистика;
- в) Баллистика;
- г) Геральдика.

(Правильный ответ «б».)

24. Как называется денежная система, при которой один металл служит всеобщим эквивалентом и основой денежного обращения?

- а) Монометаллизм;
- б) Монументализм;
- в) Монополизм;
- г) Монолитность.

(Правильный ответ «а».)

25. В каком качестве потребитель использует деньги при посещении магазинов?

- а) Мера стоимости;
- б) Средство обращения;
- в) Средство накопления;
- г) Мировые деньги.

(Правильный ответ «б».)

26. Как мошенники называют пачку бумаги, имитирующую пачку денег?

- а) Кукла;
- б) Марионетка;
- в) Неваляшка;
- г) Пупсик.

(Правильный ответ «а».)

Иностранная валюта

1. Как называется валюта, которой можно расплачиваться в «Львиных горах»? *(Леоне, ведь это государство в Западной Африке – Сьерра-Леоне.)*

2. Какая валюта названа в честь отчеканенного серебра? *(Рупия. Денежная единица Индии, Бутана и других стран.)*

3. Какая валюта объединила Сейшельские острова с Пакистаном и Индонезией? *(Рупия.)*

4. На денежных банкнотах какого государства изображена гора Фудзияма? *(Япония.)*

5. По какой причине житель Таиланда, наступивший на местную банкноту или монету, рискует получить немалый срок? *(На них есть изображение монарха.)*
6. Назовите «музыкальную» турецкую валюту. *(Лира.)*
7. В какой стране разменная монета называется цзяо? *(Китай.)*
8. Как называется денежная единица Китая? *(Юань.)*
9. Какая гора изображена на армянских банкнотах? *(Арагат.)*
10. В какой стране платят кипами, а сдачу получают атами? *(В Лаосе.)*
11. В каком государстве Центральной Америке деньги названы в честь красивой и свободолюбивой птицы, изображенной на флаге этой страны? *(В Гватемале. Птица кетсаль, денежная единица – кетсаль.)*
12. Название каких монет означает, что для их чеканки нужно было получить специальное разрешение королевской особы? *(Крона, от «корона».)*
13. Как называется денежная единица Мексики? *(Песо.)*
14. В какой стране, кроме Молдавии, разменной монетой является бань? *(Румыния.)*
15. Денежной единицей какой центрально-азиатской страны является тенге? *(Казахстан.)*
16. Как называется разменная монета Кубы? *(Сентаво.)*
17. С 1985 г. в Израиле расплачиваются шекелями. Они пришли на смену этим денежным единицам. *(Израильским фунтам.)*
18. На новой английской банкноте в 10 фунтов Чарльза Диккенса сменил этот не менее известный Чарльз. Какой? *(Чарльз Дарвин.)*
19. Гостям Великобритании не стоит путать пять пенни и пять пенсов. А какая между ними разница? *(Пять пенни – это пять монеток по 1 пенсу. А Пять пенсов – это одна монета.)*
20. Почему можно утверждать, что американский доллар имеет немецкое имя и русскую внешность? *(Название американского доллара позаимствовано от слова талер – серебряной монеты, которая чеканилась в Германии, а рисунок банкноты достоинством в один доллар был сделан русским художником Сергеем Макроновским.)*
21. На всех американских купюрах помещены портреты только американских президентов, так ли это? *(Нет, не на всех. На купюре в 100 долларов – портрет Б. Франклина, государственного деятеля США, который не был президентом, а на десятидолларовой купюре – портрет А. Гамильтона, первого министра финансов США.)*
22. На 100-долларовой банкноте изображен изобретатель громоотвода. Так ли это? *(Да, Бенджамин Франклин изобрел громоотвод.)*
23. Новая американская 20-долларовая купюра имеет этот цветовой оттенок. Какой? *(Розовый. В ближайшем будущем обещают «раскрасить» и 50, и 100 долларов.)*
24. Самая крупная американская банкнота имеет такой номинал. На ней изображен Вудро Вильсон, а в межбанковском обращении находится всего 42 тысячи купюр. Назовите номинал банкноты. *(Сто тысяч долларов.)*

25. Какая полярная птица изображена на банкноте в 50 канадских долларов? (*Сова.*)
26. Как называется новая валюта Старого света? (*Евро.*)
27. Назовите валюту, чьи купюры прежде украшали портреты Галилео Галилея и Джузеппе Верди. (*Итальянская лира.*)
28. Сколько тысяч евро оставляют ежедневно туристы в фонтане Треви в Риме? (*Полторы тысячи, а за год в среднем – 900 000 евро.*)
29. Как в настоящее время называется денежная единица Испании? (*Евро.*)
30. Как называлась денежная единица Испании до введения евро? (*Песета.*)
31. На денежных купюрах какой страны были изображены Фрейд и Моцарт? (*Австрия.*)
32. На австрийской монетке в 1 евро изображен Моцарт, в Греции – сова. На монетах Бельгии, Испании и Нидерландов – эти люди. Какие? (*Правящие монархи.*)
33. Какой валютой вы будете расплачиваться, делая покупки в Брюсселе? (*Евро. Брюссель – столица Бельгии.*)
34. Какой валюте поставлен памятник во Франкфурте-на-Майне? (*Евро.*)
35. Как называется денежная единица Грузии?
а) Лари; б) Седи;
в) Драм; г) Манат.
(*Правильный ответ «а».*)
36. Как называется денежная единица Египта?
а) Египетский фунт; б) Египетский франк;
в) Египетский шиллинг; г) Египетская марка.
(*Правильный ответ «а».*)
37. Какой завоеватель изображен на современных монгольских банкнотах?
а) Чингисхан; б) Тамерлан;
в) Аттила; г) Бабур.
(*Правильный ответ «а».*)
38. Как называется китайская валюта?
а) Юань; б) Иена;
в) Вона; г) Донг.
(*Правильный ответ «а».*)
39. Как называется денежная единица Киргизии?
а) Сом; б) Рак;
в) Ерш; г) Линь.
(*Правильный ответ «а».*)
40. Как называется венгерская «копейка»?
а) Баня; б) Пара;
в) Филлер; г) Эре.
(*Правильный ответ «в».*)
41. Денежной единицей какой страны не является доллар?

7. В Древнем Риме этих служащих ценили так высоко, что даже освобождали от налогов. Главным орудием их труда были крепкие зубы. Чем же занимались эти люди? (*Выявляли фальшивые деньги, проверяя их «на зуб». Название профессии – «аргироскоп».*)

8. По словам Аристотеля, в 480 г. до н. э. олимпиец Анаксилас впервые в истории Олимпиад приказал изготовить именно такие монеты. Какие? (*Монеты, посвященные Олимпийским играм.*)

9. Назовите то, что мы вносим в общее дело, а греки вносили в свой бюджет. (*Лента. Лента – мелкая медная монета Древней Греции.*)

10. Где и когда были отпечатаны самые первые бумажные деньги? (*В Китае примерно две тысячи лет тому назад.*)

11. Какую золотую монету впервые отчеканили в Венеции? (*Дукат, в 1140 г. Позже чеканилась во многих западно-европейских странах.*)

12. В XII в. в Европе чеканились два вида монет: просто динары, denarius, и большие динары, denarius grossus. Во что превратились со временем denarius grossus? (*С годами denarius grossus обесценились, а с их названием произошли видоизменения. Первая часть словосочетания совсем пропала, а из «grossus» образовалось слово «грош» – самая мелкая монета.*)

13. Вспомните денежную единицу одной островной европейской страны и скажите, как считали деньги в древности? (*Взвешивали, отсюда фунт стерлингов.*)

14. Какие исландские «деньги» XV в. и пахли недурно, и на вкус были ничуть не хуже? (*Сельди.*)

15. За эту мелкую монету в Венеции XVI в. можно было узнать из рукописной сводки последние городские новости. Ее название и сейчас у всех нас на слуху. Что это за монета? (*Gazzetta – газета, давшая название печатному периодическому изданию – газете.*)

16. От какого числительного происходит название денежной единицы сентаво? (*От латинского «сто». Это разменная монета Аргентины, Мексики, Кубы и ряда других стран.*)

17. Назовите английскую монету, одолжившую свое имя у африканской страны. (*Гиней. Она впервые была отчеканена в 1663 г. из золота, привезенного из Гвинеи, – отсюда ее название.*)

18. Какое государственное предприятие Англии возглавлял долгие годы ученый Исаак Ньютон? (*Монетный двор.*)

19. Не только ручное автоматическое огнестрельное оружие с коротким стволом, но и старинная испанская золотая монета XVI–XVIII вв. (*Пистоль, то же, что и пистолет.*)

20. Как называлась итальянская монета с изображенной на ней лилией? (*Флорин.*)

21. Название какой самой популярной сегодня во всем мире денежной единицы происходит от западноевропейского слова «талер»? (*Доллар.*)

22. Кто из этих богов изображался на древнеримских монетах?

- а) Велес;
- б) Мардук;
- в) Янус;
- г) Кришна.

(*Правильный ответ «в».*)

23. Как называлась монета древнегреческого города Ольвия?

- а) Китенок;
 - б) Акуленок;
 - в) Дельфинчик;
 - г) Щуренок.
- (Правильный ответ «в».)

24. Взрослые уверены, что деньги на деревьях не растут. И с куста их не нарвешь. Дети в своих играх прекрасно заменяют деньги листиками, сорванными с ближайшего куста. Но в истории человечества были периоды, когда деньги выращивали на деревьях и кустах. И речь сейчас не о бумаге. В разных странах в разное время некоторые растения и их плоды играли роль денег. Что это за растения?

- а) бананы, инжир, хурма, просо, семена подсолнечника;
 - б) какао-бобы, листья табака, листья чая, горький миндаль, рис;
 - в) горох, свекла, картофель, кокосы, грецкие орехи;
 - г) листья клена, зерна перца, ягоды рябины, фасоль.
- (правильный ответ «б»)

Какао-бобы выполняли функцию денег в Центральной и части Южной Америки у индейцев майя, ацтеков доколумбовой Америки; позже – в испанских и португальских колониях, и возникших на их месте независимых государствах – до XIX в. Листья табака и листья чая, как правило, прессованные в брикеты или в тюках, служили деньгами в Тибете, Эфиопии и некоторых других странах. Рис использовали как деньги в Японии, горький миндаль – в Индии.

25. Многие денежные единицы произошли от весовых норм. А некоторые весовые нормы – от веса одного зерна злака или семян того или иного растения. А вот какие именно растения вошли таким образом в историю?

- а) Ячмень, рис и семена рожкового дерева;
 - б) Кукуруза, гречиха, семена акации;
 - в) Просо, рожь, семена клена;
 - г) Желуди, каштаны, кокосы.
- (Правильный ответ «а».)

Ячмень дал название английской единице веса «гран», рисовое зерно и семена рожкового дерева стали основой для арабской единицы веса, ныне используемой ювелирами всего мира при оценке драгоценных камней – «карат».

26. Денежное дерево (толстянка, крассула) (ФОТО)– комнатное растение, суккулент которое и сегодня есть во многих квартирах и офисах. Толстянкой его прозвали за толстые мясистые листья. А вот за что оно получило свое название, в чем его связь с деньгами?

- а) Листья растения использовались на его родине, в Южной Африке и Мадагаскаре как денежные суррогаты (заменители монет);
 - б) Экзотическое растение первоначально высоко ценилось и дорого стоило, позволить его могли себе только очень обеспеченные люди;
 - в) Считается, что растение притягивает в дом богатство и благополучие;
 - г) Древесина денежного дерева в Африке использовалась при изготовлении бумаги для банкнот.
- (Правильный ответ «в».)

Из-за отдаленного сходства листьев толстянки с монетками считается, что деревце притягивает в дом достаток, благополучие и богатство. За это растение называют еще «деревом счастья».

27. Удивительный овощ капуста! Столько видов и сортов нет, наверное, ни у одного другого культурного растения. Неприхотлива, урожайна, устойчива к заморозкам, кладезь полезных

веществ и витаминов, прочно вошла она и в фольклор. И детей-то в ней находят, и пословицы-поговорки с загадками про нее придумали. А вот что означает устойчивое сленговое выражение «рубить капусту»?

- а) Естественно, убирать урожай капусты с поля!;
- б) Это синоним выражению «бить баклуши», т.е. ничего не делать, заниматься ерундой;
- в) Упражнение в кавалеристской подготовке, типа «рубки лозы»;
- г) Быстро и легко, без затрат труда получать большие деньги, чаще – в валюте.

(Правильный ответ «г».)

Лингвисты спорят до сих пор, откуда это выражение появилось. Предполагается, что оно пошло из древности, когда платежные слитки рубили на мелкие фракции для оплаты тех или иных услуг. Позже «деньги» во фразе заменила «капуста» – толстая пачка долларов, имевших и имеющих зеленый цвет.

28. Есть ли что-то общее между баклажанами и купюрой номиналом в 5 рублей выпуска Российской империи и СССР? (картинка)

- а) Конечно, нет!
- б) Да: и баклажаны и пятирублевые купюры в просторечье называли «синенькими» по окраске;
- в) Да: килограмм баклажан несколько десятилетий подряд стоил 5 рублей;
- г) Да, изображение побегов и плодов баклажана послужило основой для орнамента на пятирублевой купюре.

(Правильный ответ «б».)

Более двух веков сохранялась традиция оформления пятирублевой купюры в синем цвете. Менялись изображения, но цвет фона купюры оставался неизменным. Так и повелось: 5 рублей – «синенькая», десять рублей – «красенькая».

29. Множество пословиц и поговорок было создано крестьянами о деньгах. Есть среди них и такие, где деньги сопоставляются с хлебом и/или злаками. Например: «дорог хлеб, коли денег нет», «была бы в сусеке рожь, будет и в кармане грош», «деньги не рожь – и зимой родятся», «была бы в сусеке рожь, будет и в кармане грош», «блюди хлеб про еду, а копейку про беду». Все знают начало поговорки «деньги любят счет...» а вот как выглядит вторая ее часть, продолжение?

- а) «...а каша – масло»;
- б) «...а рожь – амбар»;
- в) «...а хлеб – меру»;
- г) «...а пашня – пот».

(Правильный ответ «в».)

«Мера» – старорусская единица объема сыпучих тел, равная 26,24 литра. В поговорке речь идет про учет полученного и хранимого зерна. Имелись и специальные емкости, с помощью которых измеряли объем засыпаемого на хранение урожая.

30. Литературное произведение Клиффорда Саймака «Денежное дерево» это:

- а) Учебник по финансовой грамотности;
- б) Энциклопедическое издание, посвященное видовым особенностям, истории и уходу за суккулентами – толстянками;
- в) Сборник афоризмов о деньгах, финансах и экономике;
- г) Фантастический рассказ;
- д) Пособие по фэн-шюю.

(Правильный ответ «г».)

В фантастическом рассказе американского писателя Клиффорда Саймака «Денежное дерево» пришельцы выращивают дерево, приносящее долларовые купюры.

31. Название этого цитрусового использовали сначала в РСФСР первой пол. 1920-х гг. для обозначения в просторечье появившихся в период гиперинфляции купюр с номиналами в миллионах рублей, много позже, в конце 1990-х – начале 2000-х он снова вошел в обращение с тем же значением.

- а) Апельсин;
- б) Лайм;
- в) Мандарин;
- г) Лимон.

(Правильный ответ «г».)

Появившиеся в период гиперинфляции купюры крупных номиналов по созвучию «миллионы» – «лимоны» и цвету фона (желтые) получили в народе название «лимоны».

32. Все знают выражение «деньги не пахнут». А вот когда, где и как оно возникло?

а) Выражение возникло в Российской империи: отправляясь на торг, крестьяне прятали деньги за пазуху, откуда их доставали после дальней дороги и выгрузки товара частенько мокрыми от пота. Но это не мешало совершать сделки;

б) Выражение пошло со времен античности. Римский император Веспасиан в ответ на упреки за введенный им налог на общественные уборные, показывая поступившие от этого налога деньги, спросил, пахнут ли они, и получил отрицательный ответ;

в) Выражение возникло в среде рыбаков и китобоев в XVIII-XIX вв. Их промысел подразумевал много грязной и в буквальном смысле дурнопахнущей работы, но обеспечивал высокий доход;

г) Выражение появилось на крупных животноводческих и птицефермах в СССР. Продавая помет животных и птицы частным лицам – сельчанам и дачникам, фермы получали значительный доход, в некоторых случаях превышающий доход от основной продукции (мяса, молока, яиц).

(Правильный ответ «б».)

33. Откуда взялось выражение «внести свою лепту»?

а) Из старинной русской игры «лапта». Так назывался мяч, использовавшийся в ней, от него и пошло название игры. «Внести лепту» – послать битой мяч;

б) В Древней Греции существовала мелкая медная монета лепта. В евангельской притче бедная вдова жертвует на строительство храма две последние лепты. Из притчи произошло выражение «внести свою лепту»;

в) Лепта – от старинного, сейчас вышедшего из употребления слова «лепо», хорошо, правильно. «Внести лепту» – высказать разумное предложение, дать дельный совет;

г) Лепта – от глагола «лепить». Это название пластичной массы, используемой скульптором в работе над скульптурой. «Внести лепту» – подготовить в малом объеме проект монументального произведения.

(Правильный ответ «б».)

34. Откуда взялось выражение «гнаться за длинным рублем»?

а) В XII–XIII вв. (в отдельных регионах до середины XV в.) денежной и весовой единицей на Руси была гривна, делившаяся на 4 части («рубля»). Особенно увесистый остаток слитка называли «длинным рублем». С этими словами связано выражение про большой и легкий заработок – «гнаться за длинным рублем».

б) От названия предмета обихода «рубль» – деревянной доски с вырубленными поперечными желобками для катания (глажки) белья, накатки кож. Многие крестьянки в зимнее время подрабатывали, готовя для городских швей и скорняков ткани и кожи.

в) От рубщиков дров – бродяг, ходивших по дворам и предлагавших свои услуги по распилу и колке дров. От их способа заработка и пошло это выражение. «Длинный рубль» – подразумевает кубометры порубленных ими дров.

г) Бумажные банкноты, в отличие от монет, имели прямоугольную, вытянутую, «длинную» форму. Первоначально их номиналы были крупными для абсолютного большинства населения. От этого и пошло выражение «длинный (т.е. прямоугольный, большой) рубль».

(Правильный ответ «а».)

35. Откуда взялось известное многим выражение «зарыть талант в землю»?

а) Из сказки «Буратино», где обманутый жуликами деревянный мальчик в надежде на скорый урожай закапывает на Поле чудес в Стране дураков монеты, полученные за Букварь;

б) Из евангельской притчи о человеке, который получил деньги и закопал их, побоявшись вложить в дело, произошло выражение «зарыть талант в землю». Первоначально талантом называлась самая крупная весовая и денежно-счетная единица во многих странах Древнего мира;

в) Из агитационных брошюр для крестьян в СССР периода ускоренной индустриализации, где их призывали становиться квалифицированными рабочими и инженерами на заводах, а не зарывать свой талант, свои способности в землю, надрываясь на полях.

(Правильный ответ «б».)

Но в современном русском языке это выражение приобрело переносный оттенок в связи с новым значением слова «талант» и употребляется, когда человек не заботится о развитии своих способностей.

Литературные деньги

1. «Жила-была монетка. Она только что вышла из чеканки – чистенькая, светленькая, – покатила и зазвенела: «Ура! Теперь пойду гулять по белу свету!» Назовите автора сказки. *(Андерсен.)*

2. В какой сказке Андерсена собаки охраняли три сундука с деньгами? *(«Огниво».)*

3. Кто являлся поставщиком сырья, из которого «лили монету» на сказочном острове князя Гвидона? *(Белка, которая грызла орешки с золотыми скорлупками.)*

4. Героине какой сказки удалось за нетрудовую денежную единицу сделать выгоднейшую покупку к своему юбилею? *(«Муха-Цокотуха».)*

5. Какой товар приобрела на базаре Муха-Цокотуха на найденную денежку? *(Самовар.)*

6. Назовите головной убор пушкинского Онегина имени денежной единицы. *(Боливар – мужская широкополая шляпа, модная в 20-х гг. 19 в., боливар – денежная единица Венесуэлы.)*

7. В каком романе Булгакова на зрителей театра Варьете обрушился денежный дождь? *(«Мастер и Маргарита».)*

8. Продолжите фразу секунданта Грушницкого: «Пуля – дура, судьба – индейка, а жизнь – ...»? *(Копейка. М.Ю. Лермонтов «Герой нашего времени».)*

9. Назовите не менее трех пьес известного русского драматурга А.Н. Островского, связанных с темой денег. («Бешенные деньги», «Не было ни гроша, да вдруг алтын», «Доходное место», «Бедность не порок», «Бесприданница».)

10. Остап Бендер придумал себе эпитафию: «Он любил и страдал». А что он любил и от чего страдал? (Любил он деньги, а страдал от их недостатка.)

11. Назовите французского писателя, автора романа «Деньги». (Эмиль Золя.)

12. Назовите фамилию Джеймса Хедли, английского писателя, который утверждал, что «Без денег – ты мертв». (Чейз.)

13. Герой какого произведения Сент-Экзюпери украшал купюру в 50 франков? («Маленький принц».)

14. Назовите писательницу, чей портрет был изображен на шведских банкнотах достоинством в 20 крон? (Сельма Лагерлеф.)

15. На денежной купюре какой страны был изображен мальчик, летящий на гусе? (Швеция.)

16. К 200-летию юбилею Виктора Гюго французы выпустили золотую монету в 20 евро. На реверсе – юбиляр; на аверсе – этот герой «Отверженных» и вид парижского квартала. Кто же этот герой? (Гаврош.)

17. Назовите фамилию братьев с банкноты в 1000 немецких марок? (Братья Гримм.)

18. Кто посоветовал Буратино закопать свои деньги на Поле Чудес?

- а) Базилио и Алиса; б) Пьеро и Мальвина;
в) Карабас Барабас; г) Директор банка.

(Правильный ответ «а».)

19. Какой литературный герой отдавал предпочтение монетам достоинством в 5 эре?

- а) Том Сойер; б) Гекльберри Финн;
в) Карлсон; г) Пеппи Длинныйчулок.

(Когда скуповатый шалун что-то таскал из лавок на улицах Стокгольма, то оставлял взамен мелкую монету в 5 эре. Правильный ответ «г».)

20. Как назывались лунные деньги в книге Николая Носова «Незнайка на Луне»?

- а) Фантинги и сантики; б) Фантики и бантики;
в) Фунтинги и стелинги; г) Фитинги и сантиминги.

(Правильный ответ «а».)

21. Назовите любимую монету попугая капитана Флинта.

- а) Дублон; б) Пиастр;
в) Пистоль; г) Гинейя.

(Правильный ответ «б».)

22. В каком романе Ф.М. Достоевского главная героиня кидает в огонь пачку денег?

- а) «Идиот»; б) «Подросток»;
в) «Бесы»; г) «Игрок».

(Правильный ответ «а».)

23. С какой суммы начиналась финансовая карьера Чичикова?

- а) С копейки; б) С полтины;
в) С рубля; г) С пяти рублей.

(Правильный ответ «б».)

24. На блюдечке с какой каемкой Остап Бендер мечтал получить деньги?

- а) Лиловой;
- б) Красной;
- в) Зеленой;
- г) Голубой.

(Правильный ответ «г».)

История денег на Беларуси

Автор: Юлия Павловна Латушкова, специалист по генеалогии, геральдике и нумизматике.

Родилась 9 февраля 1977 г. в г. Минске. В 1998 г. с отличием окончила исторический факультет Белорусского государственного университета. В 1998-1999 гг. прошла обучение в магистратуре БГУ по специальности «музейное дело и охрана памятников истории и культуры» с присуждением степени магистра гуманитарных наук.

Трудовая деятельность: с 1999 по 2005 г. работала лаборантом на кафедре археологии, этнографии и вспомогательных исторических дисциплин исторического факультета БГУ, принимала активное участие в археологических экспедициях, полевой и камеральной обработке коллекций. С 2003 по 2011 г. работала в Национальном музее истории и культуры Беларуси, пройдя должности от младшего научного сотрудника отдела вещественных памятников до ведущего научного сотрудника научно-фондового отдела археологии, нумизматики и оружия. С 2011 по 2019 г. работала в Институте истории Национальной академии наук Беларуси, первоначально на должности младшего научного сотрудника сектора геральдики и нумизматики отдела специальных исторических наук и информационно-аналитической работы, позже научным сотрудником отдела генеалогии, геральдики и нумизматики.

Сфера научных интересов: бонистика Беларуси; денежное обращение на территории Беларуси в 1914-1924 гг.; финансы Беларуси в период социальных кризисов; кредитные учреждения на белорусских землях в 1914-1924 гг.

Принимала участие в популяризации науки, в научных программах и стажировках, является автором более 30 научных публикаций, в том числе: коллективная монография и научные статьи.

*Вопросы, представляющие некоторую сложность;

**Очень сложные вопросы.

Монеты на Беларуси

1. Почему на территории Беларуси так долго пользовались иностранной монетой?

- а) Не было местных месторождений металла;
- б) Не умели чеканить монету (отсутствовали технологии и мастера);
- в) Были налажены тесные экономические связи с рядом государств и подписаны соглашения о едином валютном пространстве.
- г) Монета воспринималась как некое количество металла определенной пробы, поэтому было не важно, где она отчеканена.

(Правильный ответ «г».)

2. Монеты часто находят в погребениях. Традиция эта зародилась в античности и сохраняется во многих регионах мира, в том числе и в Беларуси до сих пор. Для чего предназначаются эти монеты?

- а) Эти деньги – откуп мертвому, чтобы он не тревожил живых;
- б) Это – оплата духам местности, за землю, занятую погребением;
- в) Это деньги для грабителей могил, что бы они не трогали больше ничего;

- г) Это – оплата перевозчику, за переправу души на «тот свет»;
- д) Это – подкуп для потусторонних чиновников.

(Правильный ответ «г». Монеты из погребений известны в нумизматической традиции и в среде археологов как «монеты Харона» и предназначены для оплаты переправы в иной мир.)

3. Какие монеты первыми появились на территории Беларуси:

- а) Пражские гроши;
- б) Рубли;
- в) Римские денарии;
- г) Арабские дирхамы;
- д) Талеры.

(Правильный ответ «в».)

4. Расставьте в правильном для территории Беларуси хронологическом порядке монеты:

- а) Римский денарий (Рис. 3.5.1.)
- б) Арабский дирхам (Рис. 3.5.2.)
- в) Копейка Российской империи (Рис. 3.5.3.)
- г) Солид Речи Посполитой (Рис. 3.5.4.).

(Правильный ответ «а, б, г, в».)

5. *Слово «гривна» имеет несколько значений: шейное украшение (знак власти), платежный слиток (чаще – серебро), весовая единица. Где на территории Беларуси найден клад, в состав которого входили платежные слитки – гривны трех типов «литовского», «киевского» и «новгородского»?

- а) Вишинский замок (городище Вишин, Рогачевский р-н, Гомельская обл.);
- б) Г. Полоцк;
- в) Менка (городище);
- г) Дер. Козьянки (под Полоцком);

(Правильный ответ «а».)



Рис. 3.5.1. Римский динарий.



Рис. 3.5.2. Арабский дирхам.



Рис. 3.5.3. копейка Российской империи.



Рис. 3.5.4. солид Речи Посполитой.

6. Валюта какой страны, соседки Беларуси, названа в честь платежных слитков, имевших обращение в безмонетный период?

- а) Польши;
- б) Литвы;
- в) Украины;
- г) Латвии;
- д) России

(Правильный ответ «д»). Рис. 3.5.5 и 3.5.6.)

7. *А сколько в среднем весила гривна?

- а) 150-200 г;
- б) 450 г;
- в) 1 кг;
- г) 35-40 г.

(Правильный ответ «а».)



Рис. 3.5.5. Вишинский клад (безмонетный период).



Рис. 3.5.6. Вишинский клад (гривны).

8. *Все мы знаем присказку: «Грош ему цена». Так говорят о предмете или человеке пустом, не представляющем ценности. Но так было не всегда. Несколько столетий (начиная с XIV в.) грош был крупной монетой. Номинал этот прочно обосновался в денежном хозяйстве и лексике Великого княжества, а позже – и Речи Посполитой. В каком же городе впервые стали чеканить эту монету?

- а) Смоленск;
- б) Киев;
- в) Йоахимсталь;
- г) Краков;
- д) Кутна Гора.

(Правильный ответ «д».)

9. Сейчас одной из мировых валют является доллар. Но у него были прямые предки, чье название произошло от города, где впервые была начата чеканка этой крупной серебряной монеты: Йоахимсталь (ныне Яхимов, в Чехии). Позже их стали чеканить в разных странах; эти монеты имели обращение и на территории Беларуси. Под какими названиями они известны на наших землях?

- а) Дукат и крона;
- б) Талер и ефимок;

- в) Марка и пфенниг;
 - г) Франк и злотый.
- (Правильный ответ «б». Рис. 3.5.7. и 3.5.8.)



Рис. 3.5.7. Нидерландский талер 1652 г.



Рис. 3.5.8. Ефимок 1655 г.

10. К моменту правления Сигизмунда III Ваза в Речи Посполитой сформировалась развитая монетная система. Расставьте в правильном порядке входившие в нее номиналы:

- а) Шостак;
- б) Солид;
- в) Полторак;
- г) Грош;
- д) Трояк;
- е) Орт;
- ж) Талер.

(Правильный ответ «б, г, в, д, а, е, ж».)

11. **«Пиастры, пиастры!», – кричал попугай одноногого пирата Джона Сильвера в книге и фильме. Так называлась в Европе полновесная серебряная монета Испании и ее американских колоний, без упоминания которой нельзя представить ни один рассказ о Южных морях и пиратской вольнице, о сокровищах конкистадоров и затонувших каравеллах. Как ни удивительно, но монеты южноамериканских владений Испании не так уж редко находят и на территории Беларуси. Какой это номинал?

- а) Пенни;
- б) Гульден;
- в) 8 реалов (макукин);
- г) Риксдаалер.

(Правильный ответ «в».)

12. Во времена Древнего Рима и Византии это была крупная золотая монета. Прошло более тысячи лет, и ее отдаленный потомок (сначала с крохотной примесью серебра в сплаве, а позже и откровенно медный), выпущенный в огромном количестве в период правления Яна Казимира (известны многотысячные клады этой монеты) стал одной из причин экономического кризиса Речи Посполитой. Какая это монета?

- а) Полушка;
- б) Юань;
- в) Солид;
- г) Грош;
- д) Злотый.

(Правильный ответ «в». Рис. 3.5.9.)



Рис. 3.5.9. Солид 1664 г.

13. Сначала на территорию Беларуси эта крупная золотая монета поступала из Нидерландов (вернее – Республики Соединенных провинций или Голландской Республики); позже ее стали чеканить и в Речи Посполитой. Эта монета, чеканеная на монетных дворах Российской империи стала причиной дипломатического скандала, а выпущенная в период восстания 1830-31 гг. – была после подавления восстания запрещена к хранению*. *Единственный экземпляр, хранящийся в настоящее время в Национальном историческом музее Республики Беларусь, происходит из разрушенного захоронения в Хойниках Людовики Прозор, жены Кароля Прозора, государственного деятеля ВКЛ. Что это за монета?

- а) Дукат;
- б) Флорин;
- в) Червонец;
- г) Солид.

(Правильный ответ «а». Рис. 3.5.10 и 3.5.11.)



Рис. 3.5.10. Нидерландский дукат русской чеканки 1849 г. (аверс, реверс).



Рис. 3.5.11. Дукат 1831 г. (аверс, реверс).

14. *Эта монета (Рис. 3.5.12.) несет на себе двойной номинал. Почему?

- а) Она предназначена для выплаты жалования солдатам частей русской армии, введенных на территорию Королевства Польского после подавления восстания 1830-31 гг.;
- б) Это монета, выпускавшаяся Царством Польским для оплаты налогов, введенных Российской империей;
- в) Это монета, чеканившаяся для Королевства Польского, которому была предоставлена автономия в составе Российской империи.

(Правильный ответ «в».)



Рис. 3.5.12. Монета для Королевства Польского в составе Российской империи 1836 г. (аверс, реверс).

15. *Из какого металла изготовлены эти монеты (Рис. 3.5.13.)?

- а) Серебро;
- б) Медь;
- в) Никель.

(Правильный ответ «б». В период реформы, проводимой министром финансов Е.Ф. Канкриным в 1839-43 гг., на территории Российской империи был введен серебряный монометаллизм, а денежные знаки получили в оформлении указание на соответствие их номинала серебряному эквиваленту.)



Рис. 3.5.13.

16. *В фондах Национального исторического музея хранится крупный клад (около 3 кг) золотых монет, найденный в г. Слуцке. Значительную часть его составляют монеты со странными номиналами 7 рублей 50 копеек (рис. 3.5.14) и 15 рублей (рис. 3.5.15). Оба этих номинала отчеканены в 1897 г. С каким важным событием в сфере финансов Российской империи связан их выпуск?

- а) Первая всеобщая перепись населения Российской империи;
- б) Открытие золотых россыпей в Магадане;
- в) Введение в Российской империи золотомонетного стандарта (золотого монометаллизма).

(Правильный ответ «в». В 1895–1897 гг. была проведена денежная реформа под руководством министра финансов С.Ю. Витте, на завершающем этапе которой и были выпущены монеты в 7 рублей 50 копеек и 15 рублей, чеканившихся в пробе и весе 5- и 10-рублевой монеты предыдущих выпусков, как отражение зафиксированного на момент начала реформы их рыночной стоимости.)



Рис. 3.5.14. Монета Российской империи номиналом 7 руб. 50 коп., отчеканенная в 1897 г.



Рис. 3.5.15. Монета Российской империи номиналом 15 руб., отчеканенная в 1897 г.

17. Всем известна «Муха-Цокотуха» Чуковского:

«Муха по полю пошла,

Муха денежку нашла».

Если принять, что указан конкретный номинал, то какую часть от копейки составляет найденная монета?

а) Монета «денежка», составляла $\frac{1}{2}$ часть копейки;

б) Монета «денежка» составляла $\frac{1}{4}$ копейки;

в) Монета «денежка» была равна копейке.

(Правильный ответ «а». Монета «денежка» чеканилась в 1849–1866 гг. на монетных дворах Российской империи, составляла $\frac{1}{2}$ копейки (рис. 3.5.16). И это был не самый мелкий номинал! Была монета в $\frac{1}{4}$ копейки (Полушка) (рис. 3.5.17). На самом деле самовар в конце XIX в. стоил около 10 рублей.)

18. В Российской империи с середины XIX в. существовала практика выпуска памятных (мемориальных) монет. Последним из них и наиболее распространенным стал рубль, выпущенный в 1913 г. и посвященный 300-летию Дома Романовых. Затем традиция прервалась на несколько десятилетий. Какому событию посвящена первая мемориальная монета, выпущенная в СССР?

а) 50-летию Великой Октябрьской социалистической революции;

б) 20-летию Победы в Великой Отечественной войне;

в) 100-летию основания Санкт-Петербургского монетного двора;

г) XXII Олимпийским играм в Москве.

(Правильный ответ «б». Рис. 3.5.18.)



Рис. 3.5.16. Монета «Денежка» (аверс, реверс), 1853 г.



Рис. 3.5.17. Монета полушка, 1851 г.

19. После «Изменения масштаба цен» 1961 г. в СССР самым мелким номиналом была 1 копейка (Рис. 3.5.19). Однако и на нее можно было кое-что купить. И цена на эти товары оставалась неизменной почти три десятилетия. Что это за товары?

- а) Яблоко или помидор;
- б) стакан газированной воды без сиропа или коробок спичек;
- в) Минуту разговора по телефону-автомату;
- д) Школьную тетрадку в 12 листов или карандаш.

(Правильный ответ «б».)

20. Когда впервые появились в обращении монеты, выпущенные Национальным Банком Республики Беларусь?

- а) 1991 г.
- б) 1994 г.
- в) 2000 г.
- г) 2009 г.;
- д) 2016 г.

(Правильный ответ «д».)



Рис. 3.5.18. Монета один рубль, 1965 г. 20 лет Победы над фашистской Германией.



Рис. 3.5.19. Монета одна копейка, 1961 г.

Рекомендуемая литература:

1. Археалогія і нумізматыка Беларусі. Энцыклапедыя. Мн., Беларуская Энцыклапедыя, 1993.
2. Колабава І.Н., Нумізматыка. Мн., БДУКМ, 2018.
3. Рябцевич В.Н., Нумизматика Беларуси. Мн., Польша, 1995.
4. Рябцевич В.Н., О чем рассказывают монеты. Мн., Народная асвета, 1977.

Бумажные деньги на Беларуси

Бумажные деньги появились намного позже монет. Для их появления необходимы были сильное государство, развитые торговля и технологии, кредит и появление банков. Первые бумажные деньги появились в Китае, на рубеже 1 и 2 тыс. н.э.

Бумажные деньги печатаются на бумаге, дешевом и легко портящемся материале. Это документ, за которым стоит авторитет государства и банка. Номинал монеты долгое время соответствовал цене металла, содержавшегося в ней. Зачастую монеты из кладов остаются сокровищем спустя века после падения правителей и государств, выпустивших их. Купюры же, если государство изымает их из обращения, полностью теряют всякую ценность, кроме коллекционной.

Но у бумажных денег есть несколько преимуществ: дешевый материал, скорость изготовления, большой объем информации, лучшая защита от подделок. И еще одно, едва ли не самое главное, преимущество: их легко перевозить. Крупная банкнота занимает намного меньше места и весит куда легче, чем равная ей сумма в монетах.

Сейчас над подготовкой бумажных денег работают целые коллективы художников. Регулярно проводятся конкурсы банкнот. Изготовлением денег занимается всего несколько фабрик в мире! При печати банкнот используется специальная бумага (или пластик), особые краски и множество самых разнообразных средств защиты от подделок, значительная часть которых представляет не только секрет фирмы-производителя, но и государственную тайну. Национальная валюта – один из символов независимого государства, наравне с гербом, флагом и гимном.

1. С какими событиями связано введение в обращение на территории Беларуси бумажных денег?
 - а) восстание Кастуся Калиновского;
 - б) отмена крепостного права;
 - в) разделы Речи Посполитой и вхождение белорусских губерний в состав Российской империи;

г) Отечественная война 1812 г.

(Правильный ответ «в». После разделов Речи Посполитой белорусские губернии вошли в состав Российской империи, на эти земли распространилось обращение ассигнаций, введенных Екатериной II. Рис. 3.5.20.)



Рис. 3.5.20. Образцы ассигнаций Российской империи периода правления Екатерины II: номиналы 25, 50 и 100 рублей, разных выпусков.

2. *Три из четырех номиналов ассигнаций, введенных в Российской империи по Манифесту 1768 г., сохранилась в денежной традиции на протяжении двух столетий. Номиналы эти были: 25, 50, 75 и 100 руб. Однако выпуск одного из номиналов был прекращен через несколько лет, а сами купюры изъяты из обращения. Что это за номинал и с чем связано прекращение его выпуска?

- а) 100 рублей, из-за слишком крупной суммы;
- б) 50 рублей, из-за слишком сложного оформления купюры;
- в) 75 рублей, так как мошенники часто подчищали текст и цифры на 25 рублевых купюрах, меняя «2» в номинале на «7».

(Правильный ответ «в». Рис. 3.5.21.)



Рис. 3.5.21. Ассигнации Российской империи номиналами 25 и 75 рублей образца 1769 г.

3. В национальном историческом музее Республики Беларусь хранятся денежные знаки, имевшие обращение на территории Беларуси в конце XVIII в. Это не ассигнации Российской империи, а казначейские билеты, выпущенные руководством восстания 1794 г., вошедшего в учебники, как восстание под руководством Тадеуша Костюшко. Боны эти изготовлены на качественной бумаге, имели широкий диапазон номиналов (5 и 10 грошей; 1; 4; 5; 10; 25; 50; 100; 500; 1000 злотых) и достаточно сложное для своего времени оформление. Тем не менее население отказывалось принимать их в платежи, не смотря на пропаганду и введение жестких карательных мер. Почему?

- а) Крестьяне были неграмотны и не понимали, что написано на бумажках;
- б) Классовые противоречия: крестьяне и мещане ненавидели шляхту и хотели ее поражения;
- в) Население понимало, что в случае поражения восстания его бумажные деньги не только полностью обесценятся, но и станут уликой, подтверждением сотрудничества с повстанцами (продажи им продуктов, одежды, фуража и пр.).

г) Людям не нравилось оформление денежных знаков.

(Правильный ответ «в». Примеры знаков – рРис. 3.5.22.)

4. **Одно из крупнейших действующих на сегодняшний день предприятий по выпуску денежных знаков было основано в 1818 г. в г. Санкт-Петербурге (Российская империя). Более полутора веков его продукция обращалась и на территории Беларуси. До революции оно носило название Экспедиция заготовления государственных бумаг. Как же оно называется сейчас?

- а) АО «Гознак»;
- б) Санкт-Петербургский монетный двор;
- в) РУП «Криптотех»;
- г) Типография РАСТР.

(Правильный ответ «а».)

5. *Образцы этих денежных знаков были утверждены в Российской империи при Николае II. Каждая из купюр в зависимости от номинала несла определенную дату, остававшуюся неизменной многие годы: 1 рубль – 1889 г.; 3 рубля – 1905; 5 – 1909; 25 рублей – 1909; 50 рублей – 1899; 100

рублей – 1910; 500 рублей – 1912 г. Печать их (без изменения символики и дат) была продолжена Временным правительством и советской властью, они находились в обращении до 1922 г. Как узнать, когда именно была выпущена конкретная купюра?

- а) По качеству бумаги и цвету фона;
- б) По подписям Управляющих Государственным банком, кассиров и номерам;
- в) никак. Это невозможно.

(Правильный ответ «б». Каждая купюра несет на себе подписи управляющих и кассиров, серию и номер – этот объем информации позволяет достаточно точно определить время и место изготовления знака. Рис. 3.5.23.)



Рис. 3.5.22. Образцы бон периода восстания Костюшко. 1794 г. Номиналы 5, 25 и 100 злотых.



Рис. 3.5.23. Государственные кредитные билеты образца 1898 г., номиналом 1 рубль с подписями управляющих Государственным банком Российской империи Плеске, Тимашева и Шипова (упрощенная нумерация).

6. *Накануне начала Первой мировой войны и в первые дни ее Российская империя, как и многие другие государства, приняла ряд законодательных и нормативных актов. В их числе был и прекращавший ранее существовавший свободный размен банкнот на золото. Население отреагировало вполне логично: сначала в тайники отправилась золотая и серебряная монета, а к лету 1915 г. из обращения исчезла и медь. Разразился разменный кризис. Чем же заменила царское правительство разменную монету?

а) ничем: цены округлили до рублей;

б) были введены долговые расписки;

в) в обращение выпустили марки, подготовленные в 1913 г. к 300-летию Дома Романовых, нанеся на них соответствующий текст и бумажные знаки-суррогаты;

г) стали изготавливать монеты упрощенного образца из дешевых сплавов.

(Правильный ответ «в». Действительно, в обращение поступили марки-деньги и бумажные суррогаты (Рис. 3.5.24). Марки были достаточно неудобны: легко терялись, сложно пересчитывались, быстро теряли внешний вид. Не остались в стороне и мошенники – пользуясь повальной неграмотностью крестьянского населения, они сбывали в деревнях обычные почтовые марки, бывшие в употреблении.)



Рис. 3.5.24. Образцы суррогатов разменной монеты: деньги-марки выпущенные в 1915 г. на основе клише, подготовленных к 300-летию Дома Романовых 1913 г. (номиналы 1 (изображение увеличено для читабельности текста); 2; 10; 15 и 20 копеек) и боны номиналом в 5 и 50 копеек (1915 г.).

7. Эти денежные знаки (рис. 3.5.25) выпускались в Свободной России с осени 1917 г. на бумаге с водяными знаками в виде «коврового» орнамента по всему полю, неразрезанными листами по 40 штук (5×8), без нумерации, подписей должностных лиц и года выпуска, номиналами 20 и 40 рублей и имели обращение и на территории Беларуси. Какое название они получили у населения:

а) Думки;

б) Керенки;

в) Осты;

г) Николаевки.

(Правильный ответ «б». Казначейские знаки, выпуск которых был организован Временным правительством с 18 сентября 1917 г. получили название «керенки» по фамилии министра-председателя Временного правительства А. Ф. Керенского.)

8. После революций 1917 г., в ходе гражданской войны на территории бывшей Российской империи сформировался ряд новых, национальных государств. 25 марта 1918 г. была провозглашена Белорусская Народная Республика. В условиях немецкой оккупации проект

подготовки национальной белорусской валюты в то время так и не был завершен. Более того: часть территории Беларуси, включая крупный город (ныне областной центр), под контролем оккупационной администрации вошла в состав другого молодого национального государства. В этом регионе, кроме других денежных знаков, уже имевшихся в обращении, стали использоваться карбованцы, шаги и гривны (Рис. 3.5.26). Какой город и страна имеются в виду?

- а) Могилев и РСФСР;
 - б) Гродно и Польша;
 - в) Двинск и Латвия;
 - г) Гомель и Украина (УНР).
- (Правильный ответ «г».)



Рис. 3.5.25. «Керенки»: казначейский знак номиналом в 20 и 40 рублей (лицевая и оборотная сторона); неразрезанный лист 20-рублевых знаков. Россия, 1917 г.



Рис. 3.5.26. Образцы бонь Украины 1918 г.: деньги-марки номиналами в 50 карбованцев и в 10 гривен, купюры в 1000 карбованцев и в 1000 гривен.

9. Классик белорусской литературы Янка Купала в пьесе «Гутэйшыя» приводит такой эпизод:

«Мікіта. Нешчаслівым для гандлю і мне сягоннешні дзень выпаў. Каб хто хоць на смех запытаўся аб марках. «Рускія», кажуць, давай, а нямецкія, кажуць, меджду протчым, немцу прадай. А дзе тут таго немца зловіш, калі – па чутках – амаль не ўсе ўжо з гораду выйшлі». Упоминаемый город – Минск. А вот про какие «русские» деньги идет речь? И какой это год?

- А) Это расчетные знаки РСФСР, год 1919.

Б) Это казначейские знаки и Билеты Государственного Банка СССР, а год – 1944.

В) Это денежные знаки Российской империи (т.н. «царские»), и выпуски Временного правительства («думские» и «керенские»), 1918 г.

(Правильный ответ «в». События в пьесе охватывают период с февраля 1918 по июнь 1920 г. Приведенный эпизод – относится к моменту вывода немецких войск из Минска в ноябре 1918 г. На этот момент из выпусков России в городе были «царские» (они же «николаевские», «романовки») деньги (кредитные билеты образца 1898-1912 гг.), «думские» и «Керенские» деньги. Рис. 3.5.27.)



Рис. 3.5.27. «Царские» («романовки», «романовские», «николаевки») Государственные кредитные билеты Российской империи образца 1898-1912 гг., номиналами от 1 до 500 рублей.

10. В каком году появились первые денежные знаки, выпущенные советской властью?

- а) 1919 г.
- б) 1918 г.
- в) 1917 г.
- г) 1921 г.

(Правильный ответ «а». Первые знаки, выпущенные советским правительством, поступили в обращение в 1919 г. Это были расчетные знаки номиналами 1, 2 и 3 рубля. Рис. 3.5.28.)



Рис. 3.5.28. Первые деньги, разработанные и выпущенные в обращение советской властью в марте 1919 г. Купюры номиналами 1; 2 и 3 рубля.

11. **А какой властью и когда выпущены эти Государственные кредитные билеты? (Рис. 3.5.29)

- а) 1917 г., это выпуск Временного правительства;
- б) 1918 г., это выпуск немецких оккупационных властей;
- в) 1919 г., это второй выпуск денежных знаков Советской России;
- г) 1920 г., это выпуск польской администрации для оккупированных в ходе польско-советской войны территорий.

(Правильный ответ «в». Действительно, второй выпуск денежных знаков был осуществлен советским правительством в 1919 г. Изготовлены они были в 1918 г., о чем свидетельствует дата и подпись управляющего Народным банком Г. Пятакова, с использованием клише, заготовленных еще в период Временного правительства. Поэтому купюры новой власти несли на себе в качестве герба старую символику: изображение т.н. «голового» или «ощипанного» орла – двуглавого орла, лишённого монархической атрибутики.)



Рис. 3.5.29. Образцы Государственных кредитных билетов образца 1918 г. (т.н. «Пятаковки» по фамилии управляющего Народным Банком РСФСР в 1918 г. Г. Пятакова). Выпуск от 15 мая 1919 г. Номиналы 3 и 5 рублей.

12. После тяжелых лет революций, гражданской войны и военной интервенции, политики «военного коммунизма» наступил март 1921 г. А с ним переход экономики на мирные рельсы и провозглашение новой экономической политики (НЭП). Наркому финансов Г.Я. Сокольникову вместе с командой опытных и талантливых экономистов в 1922–1924 гг. пришлось одновременно восстанавливать денежную, кредитную и налоговую систему страны. Для денежного хозяйства к моменту реформы были характерны такие кризисные явления как гиперинфляция, колоссальное обесценение рубля, насыщенность обращения различными денежными суррогатами. Однако не только Советская Россия столкнулась с этими бедами. Была еще одна крупная мировая держава,

финансовый крах которой в этот период стал эталонным примером для экономистов, а выпущенные ею в 1916-1918 гг. денежные знаки засорили обращение на территории Беларуси. Какое это государство?

- а) Польша;
- б) Германия;
- в) Литва;
- г) Австрия.

(Правильный ответ «б» (рис. 3.5.30). Период 1918–1923 гг. в Германии вошел в учебники как эталонный пример гиперинфляции и ее последствий. Так же как в Советской России страна утонула в колоссальной и ничего не стоящей денежной массе, дополненной различными денежными суррогатами, в том числе местными выпусками – т.н. нотгельдами. В период Первой мировой войны на оккупированных территориях Российской империи немецкими властями был налажен выпуск оккупационных денежных знаков: марок польских Генерал-губернаторства Варшавского, ост-рублей и ост-марок.)



Рис. 3.5.30. Инфляционные почтовые марки вольного города Данциг, 1923 г.; город с 1919 г. не относился ни к Германии, ни к Польше, находился под контролем Лиги Наций, но большую часть его населения составляли немцы. Гиперинфляция в Германии. Образцы нотгельдов: денежные суррогаты (выпуски земель, городов, предприятий).

13. *В ходе денежной реформы 1922–1924 гг. под руководством Г. Я. Сокольникова, известной как реформа «золотого червонца», было проведено несколько деноминаций. Так, в ходе первой деноминации (1922 г.) старые денежные знаки обменивались на новые из расчета 10 000:1 (рис. 3.5.31). А сколько всего деноминаций понадобилось провести в ходе реформы?

- а) Хватило одной;
- б) Пять;
- в) Две;
- г) Три.

(Правильный ответ «г»). Три деноминации потребовалось, чтобы изъять из обращения избыток денег. В итоге всех деноминаций в стране возник советский рубль, равный 50 миллиардам рублей периода до 1922 г. Событие вызвало в обществе одобрительный отклик, а В.В. Маяковский по этому поводу даже сочинил стихи:

*«Равны серебро
И новый бумажный билет,
Ныне
Меж ними
Разницы нет.
Бери,
Какая бумажка больше на вкус, –
Теперь и бумажкам твердый курс».)*



Рис. 3.5.31. Государственный денежный знак РСФСР номиналом в 5 рублей выпуска 1922 г. с текстом о деноминации «Один рубль выпуска 1922 г. равен 10000 рублей всех ранее выпущенных образцов...»; номиналом в 250 рублей выпуска 1923 г с текстом о деноминации «Один рубль 1923 г. равен одному миллиону рублей деньгами, изъятыми из обращения или ста рублям дензнаками 1922 г.»

14. *Впервые надписи на белорусском языке появились на купюрах, выпущенных советской властью. А вот в каком году это произошло?

- а) В 1919 г., на банкнотах ССРБ;
- б) В 1921 г., после окончания польско-советской войны;

в) В 1922 г., после создания СССР;

г) В 1923 г., на первых денежных знаках, выпущенных с символикой СССР.

(Правильный ответ «г». Впервые на купюре достоинством в 10 000 рублей (рис. 3.5.32), выпущенной в ноябре 1923 г., изображен государственный герб СССР с шестью витками ленты на колосьях, по числу советских республик, образовавших Союз. На каждом витке имеется надпись «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!» на языках республик, в том числе и на белорусском – «Пралетарыі ўсіх краін, еднайцеся!». Кроме того, на реверсе в центре помещался текст на языках республик, в том числе и его белорусский вариант: «Дзяржаўны грашовы знак Саюзу Савецкіх Сацыялістычных Рэспублік», «Ходзіць на ўсім абшары Саюзу». Это были первые в истории бумажные деньги с надписями на белорусском языке.)



Рис. 3.5.32. Государственный денежный знак СССР номиналом в 10000 рублей образца 1923 г. – первый денежный знак с текстом на белорусском языке как национальном языке одной из советских республик.

15. В ходе Великой Отечественной войны территория БССР была оккупирована войсками гитлеровской Германии и разделена между несколькими административно-территориальными единицами: тылом армейской группы «Центр», рейхскомиссариатами «Остланд» и «Украина», генеральной округой «Восточная Пруссия». В обращение, кроме сохранявших силу законного платежного средства советских денежных знаков, поступили разнообразные оккупационные деньги, например карбованцы рейхскомиссариата «Украина», «текстильпункты», талоны генеральной округи «Литва» и др. После освобождения страны стала очевидна необходимость денежной реформы. Когда она была проведена и какое важное событие с ней связано?

- а) Сразу после освобождения, в 1944 г.;
- б) После победы, в 1945 г.;
- в) В конце 1947 г., вместе с отменой карточной системы.

(Правильный ответ «в»). Денежная реформа была проведена 16 декабря – 29 декабря 1947 г. в форме деноминации. Одновременно была отменена карточная система снабжения продовольственными и промышленными товарами. В ходе реформы обмен наличных денег проводился в течение одной недели, в отдаленных районах Крайнего Севера – в течение двух недель. И хотя подготовка реформы шла в обстановке глубокой секретности уже с 1943 г., ряд причин не позволили осуществить ее ранее конца 1947 г. Рис. 3.5.33.)



Рис. 3.5.33. Государственный казначейский билет СССР номиналом в 1 рубль как образец денежных знаков, выведенных из обращения в ходе реформы 1947 г. и образец новых денежных знаков, образца 1947 г., номиналом в 1 рубль.

16. Эта странная печатная продукция (рис. 3.5.34) достаточно примитивно оформлена: отсутствует государственная символика, выпуск неразрезанным листом, имеется место для внесения имени предъявителя. Выдавались купоны по месту работы, службы или учебы по предоставлению паспорта с пропиской. Тем не менее введены они были Постановлением Совета министров Республики Беларусь и несли текст о преследовании по закону за подделку. Когда и для чего были выпущены эти купоны?

- а) 1994 г., для оплаты товаров в приграничных с Польшей городах;
- б) 1992 г., для обращения совместно с советским рублем в целях защиты потребительского рынка Беларуси;
- в) 1992 г., для хождения вместо денег, пока не подготовили денежные знаки независимой Республики Беларусь.

г) 1997, эти знаки использовались в качестве проездных документов.

(Правильный ответ «б». Правительство Белоруссии предполагало, что эти одноразовые купоны станут преградой для спекулянтов, вывозящих товары за пределы Республики. Продавец был вынужден вырезать нужное количество купонов на сумму покупки и пересчитывать их после смены, причем вырезать купоны заранее было запрещено, так как карточки были именные. Было выпущено две серии «карточек потребителя». Если листы первой состояли из номиналов в от 1 до 50 рублей, то во второй, на печать которой типографии перешли через месяц, имелись купоны и в 100 рублей.)

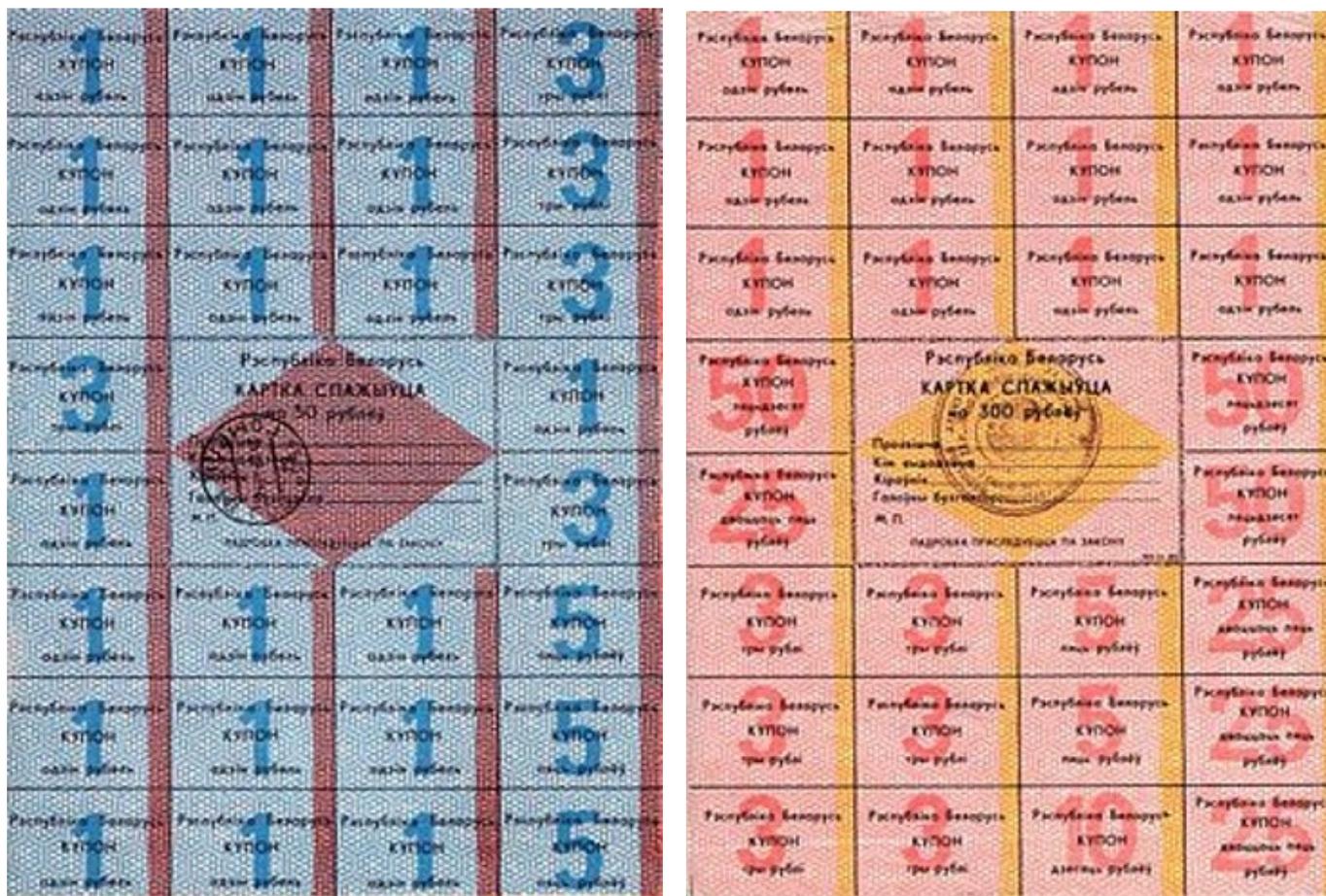


Рис. 3.5.34. Образцы Карточек потребителя с отрезными купонами различных номиналов, 1992 г. Республика Беларусь.

17. В 1992 г. в обращение поступили первые банкноты («разліковыя білеты») Национального банка Республики Беларусь. На номиналах от 50 копеек до 100 рублей были изображены животные, в том числе на купюре в 1 рубль – заяц. Так эти деньги получили прозвище «зайчики». А вот какого зверя на белорусских деньгах никогда не было?

- а) Рысь;
- б) Кабан;
- в) Бобр;
- г) Медведь.

(Правильный ответ «б». На купюрах Национального банка Республики Беларусь никогда не изображался кабан. Животные лесов Беларуси были представлены белкой (50 копеек); зайцем (1 рубль); бобрами (три рубля); волками (5 рублей); рысью с детенышем (10 рублей); лосем (25 рублей); медведем (50 рублей) и зубром (100 рублей). Рис. 3.5.35.)



Рис. 3.5.35. Животные на белорусских денежных знаках образца 1992 г.

18. *В среде коллекционеров пользуются значительным спросом памятные монеты, выпускаемые Национальным банком Республики Беларусь. Их ассортимент, техника и материал исполнения очень разнообразны. Это прекрасный представительский подарок. Неоднократно памятные монеты Национального Банка Республики Беларусь выигрывали престижные международные конкурсы. А вот были ли выпуски памятных банкнот Национального банка Республики Беларусь? Если «да», то сколько?

- а) Не было.
- б) Было три выпуска.
- в) Конечно, были. На сегодняшний день – пять выпусков.

(Правильный ответ «в». Национальным банком Республики Беларусь осуществлено пять выпусков памятных банкнот (рис. 3.5.36). Это:

- памятная банкнота «10 лет Национального банка Республики Беларусь» 2001 г.;
- серия «Миллениум» 2001 г.;
- банкнота «Замкавы комплекс "Мір"» 2003 г.;
- «Нацыянальны банк Рэспублікі Беларусь. 20 год» 2010 г.;

– Набор «Мая краіна – Беларусь» 2016 г. Памятные банкноты «Мая краіна – Беларусь» аналогичны банкнотам образца 2009 г. номиналами 5, 10, 20, 50, 100, 200 и 500 рублей, но имеют специальные серию и номер.)



Рис. 3.5.36. Образцы памятных банкнот Национального банка Республики Беларусь со специальными надпечатками: «10 лет Национальному банку Республики Беларусь»; «20 лет Национальному банку Республики Беларусь»; «Миллениум».

19. Какой самый крупный номинал купюры был выпущен Национальным банком Республики Беларусь?

- а) 100000 рублей;
- б) 5000000 рублей;
- в) 1000000 рублей;
- г) 50000 рублей.

(Правильный ответ «б». Самой крупной купюрой, выпущенной Национальным банком Республики Беларусь (за всю историю его существования), стала банкнота в 5 миллионов рублей образца 1999 г. Рис. 3.5.37.)

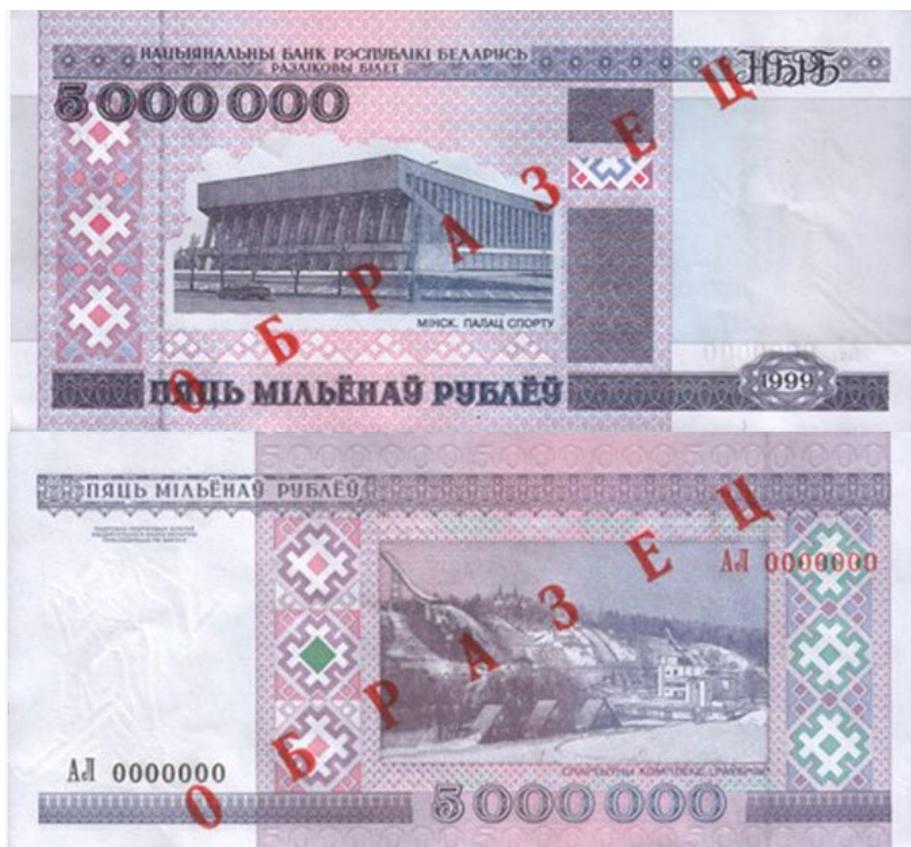


Рис. 3.5.37. Банкнота Национального банка Республики Беларусь номиналом в 5000000 рублей образца 1999 г. – крупнейший из бывших в обращении в Республике Беларусь номинал.

20. В каком году поступили в обращение Банкноты Национального банка Республики Беларусь образца 2009 г.?

- а) В 2009 г.
- б) В 2011 г.
- в) В 2016 г.
- г) В 2019 г.

(Правильный ответ «в».)

Использованная и рекомендуемая литература:

1. Баюра А.Н. Бумажно-денежное обращение на территории Беларуси в XVIII–XX веках. Брест, БГТУ, 2003.
2. Колабава І.Н. Нумізматыка. Мн., БДУКМ, 2018.
3. Купала Янка. Тутэйшыя // П’есы. Публіцыстыка. Янка Купала пра сябе. Мн., ГА БТ «Кніга», 2002.
4. Орлов А.П. Бумажные денежные знаки в Беларуси. Мн., Минская фабрика цветной печати, 2008.
5. Пазднякоў В.С. Папяровыя грошы Беларусі. Мн., «Беларуская Энцыклапедыя імя Петруся Броўкі», 2008.
6. Рябцевич В.Н. Нумизматика Беларуси. Мн., Польша, 1995.
7. Фергюсон А. Когда деньги умирают. Мн., Попурри, 2012.
8. Сайт Национального Банка Республики Беларусь: <https://www.nbrb.by/>