**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

**1. Основные этапы процессов разработки, принятия и реализации управленческих решений.**

В теории выделяют следующие подходы к процессу принятия решений: интуитивный, основанный на суждениях, и рациональный.

**Интуитивный подход** базируется на интуиции, на ощущении того, что выбор сделан правильно. Интуиция (озарение) – способность постижения истины без обоснования с помощью логики. Интуитивный подход применяется для решения относительно несложных проблем, когда решение зависит от соответствия появившейся проблемной ситуации прошлым ситуациям.

***Решения***, ***основанные на суждениях,*** – это выбор, обусловленный знаниями или накопленным опытом. Менеджер использует знания о том, что случалось в подобных ситуациях ранее, чтобы спрогнозировать исходы вариантов выбора в существующей ситуации; опираясь на здравый смысл, менеджер выбирает решение, которое имело успех в прошлом.

**Рациональный подход** используется для принятия рациональных решений, которые обосновываются систематическим анализом проблем, выбором одной альтернативы из нескольких. Рациональные решения не зависят от прошлого опыта.

Процесс принятия решения можно представить в виде нескольких стадий, состоящих из этапов и операций. Отдельные авторы по-разному подходят к выявлению этапов, операций и по-разному относят их к стадиям.

К основным стадиям процесса принятия решения по Г. Саймону относятся:

1) разведывательная (осознание необходимости принятия решения);

2) проектная (проектирование альтернатив);

3) выбора и реализации (принятие и реализация управленческого решения).

***Организация выполнения решения*** заключается в составлении плана реализации данного решения и доведении его до конкретных исполнителей в виде указаний, распоряжений, приказов и др.

***Мониторинг*** выполнения решения проводится на основе обратной связи, через анализ поступающей информации о ходе реализации решения, основываясь на оценке решения проблемы и возникновения новой ситуации.

**2. Понятие и сущность бизнес-планирования**.

Бизнес-план — это документ, в котором дается описание основных разделов развития организации на конкурентном рынке с учетом собственных и заемных финансовых источников, материальных и кадровых возможностей и предполагаемых рисков, возникающих в процессе реализации предпринимательских проектов.

В бизнес-плане обосновываются общие и специфические элемен­ты функционирования предприятия в условиях рынка, выбор страте­гии и тактики конкуренции, проводится оценка финансовых, матери­альных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия.

Бизнес-план обеспечивает объективное представление о возможностях развития производства, способах продвижения товара на рынок, ценах, возможной прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятия, выявляет зоны опасностей, предлагает пути их ограничения. Подобный план используется неза­висимо от сферы деятельности, масштабов, вида собственности, орга­низационно-правовой формы компании. В нем находят свое решение как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные, в частности, взаимоотношениями с другими фирмами и организациями.

Благодаря бизнес-плану появляется воз­можность взглянуть на работу предприятия как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающий детальный анализ экономиче­ских и организационных вопросов, постоянно побуждает мобилизо­ваться.

Бизнес-планирование занимает все более существенную долю в ведении предпринимательства на современном уровне. В постоянно преобразующемся деловом мире для бизнеса откры­вается сейчас множество новых возможностей. Бизнес-планирование помогает не упустить их и использовать для преобразова­ния и повышения эффективности деятельности на рынке.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2**

**1. Содержание теории Ф. Тейлора и А. Файоля.**

Фредерик Тейлор (1856-1915) по праву считается родоначальником науки управления. Ему принадлежит заслуга разработки теории организации труда на предприятии. Суть его теории сводилась в основном к оптимизации технических приемов труда и технологии производства. Тейлор также открыл феномен группового давления и экспериментально доказал, что работа в коллективе вынуждает передовиков опускаться до уровня средних рабочих, а средних - до уровня отстающих по производительности труда. В ином неуспевающие (их обычно большинство) будут стремиться дискредитировать преуспевающих работников, внести дезорганизацию в деятельность предприятия.

Тейлор сформулировал четыре научных принципа управления: • внедрение научных методов организации работы; • профессиональный подбор и обучение кадров; • рациональная расстановка кадров; • сотрудничество администрации и работников. Реализация этих принципов позволяет значительно повысить производительность труда. Тейлор также разработал две концепции - «достигающего рабочего « и «достигающего руководителя». Концепция «достигающего рабочего» сводится к необходимости постепенного усложнения решаемых задач. Тейлор классифицировал все виды работ по сложности, содержанию- и характеру труда, установив для каждой группы определенный размер премии. Прежде чем принять на работу и дать трудное задание, людей необходимо тщательно протестировать, изучить их физические и личностные особенности. Так возникли идея профотбора и концепция профессионального обучения. Согласно концепции «достигающего руководителя» одного мастера, отвечавшего за все в цехе, заменяла функциональная администрация, состоявшая из восьми узкоспециализированных (выполнявших какую-то одну функцию) инструкторов. Таким образом, был сделан шаг к переходу от линейной структуры управления к линейно-функциональной. Тейлор считал, что прежде чем администрация потребует от подчиненных хорошей работы, она сама должна трудиться лучше.

Анри Файоль (1841-1925) создал административную теорию управления (так называемый «научный менеджмент»). По его мнению, управлять - значит вести предприятие к определенной цели, извлекая максимум из имеющихся на предприятии ресурсов. Управление, по Файолю. включает следующие виды деятельности: • техническую; • коммерческую; • финансовую; • защитную; • бухгалтерскую; • административную. Теория А. Файоля выделяет: • функции управления; • принципы управления. Функции дают ответ на вопрос, что делает руководитель, а принципы - как он это делает. Файоль выделял пять функций. такие как: • предвидение; • планирование; • организация; • координация; • контроль. До сих пор эти пять функций являются основными в управлении. Файоль выделением функций положил начало структурно-функциональному подходу, т. е. когда все функции расписаны по уровням управления. Файоль также выделил следующие 14 принципов управления: • разделение труда; • власть; • дисциплина; • единство командования; • единство руководства; • подчинение индивидуальных интересов общей цели; • вознаграждение; • централизация; • иерархия (скалярный принцип); • порядок; • равенство; • стабильность персонала; • инициатива; • корпоративный дух. Если функции - обязательные элементы, выпадение хотя бы одного из которых разрушает всю технологию управления, то принципы представляют собой постоянно дополняющийся и меняющийся перечень положений. К главным принципам Файоль причислял: • единство руководства; • разделение труда.

**2. Структура и функции бизнес-плана.**

Обычно основными элементами бизнес - плана являются: титульный лист, вводная часть (резюме проекта), аналитический раздел, содержательный раздел (сущность проекта), и раздел внутрифирменного планирования.

Ключевые моменты бизнес планирования - это оценка инициаторами проекта:

•  Возможности, необходимости и объема выпуска продукции (услуг).

•  Потенциальных потребителей.

•  Конкурентоспособности продукта на внутреннем и внешнем рынках.

•  Своего сегмента рынка.

•  Срок окупаемости капиталовложений.

•  Достаточности капитала у инициаторов бизнес идеи.

Если у инициаторов проектов ничего, кроме документации нет, то требуется еще более взвешенная оценка эффективности осуществления бизнес идеи, особенно в части перспектив удержания позиции в избранном сегменте рынка

Не менее важно обратить внимание на наличие у фирмы команды инициаторов проекта. При этом обязательным является достаточность квалификации инициаторов, их организаторских способностей, психологическая совместимость участников группы. На данном этапе подготовки бизнес-плана возникает еще один важный вопрос: кому поручить руководство отдельными участками работы? Нередко всю работу по составлению бизнес-плана берут на себя сами инициаторы проекта. Обычно это происходит там, где бизнес идеи достаточно просты и не требуют большого капитала, где отсутствует риск потерять вкладываемый в дело капитал. Если же бизнес идеи сложная, требует координации усилий многих профессионалов, то логичнее включить в состав группы разработчиков наемных специалистов. Они лучше знают право, финансовую сторону проблему, специфику учета и другие " подводные камни". А специалисты фирмы, как правило, лучше знают технологические тонкости производства. Такое рациональное совмещение работы инициаторов и наемных специалистов-консультантов дает не плохие практические результаты.

Наиболее распространенными областями бизнес-планирования в сегодняшней экономической ситуации в России являются:

•  создание бизнес-линий (продуктовых линий, инвестиционных проектов) как совокупности прав собственности, долгосрочных привилегий и конкурентных преимуществ, специального (по возможному применению) и универсального имущества, технологий, а также контрактов (по закупке ресурсов, аренде имущества, найму работников и сбыту продукта), которые обеспечивают возможность получать определенные доходы (поток доходов или серию денежных потоков);

•  разработка бизнес-планов специального назначения финансово-экономического характера:

•  эмиссии новых акций открытыми акционерными обществами,

•  подготовка к продаже приватизируемых предприятий,

•  подготовка к продаже обанкротившихся предприятий, выставляемых на конкурс, выкуп акций (паев) в закрытых компаниях типа ООО и ЗАО либо пая в товариществах при выходе из состава одного из акционеров (учредителей, пайщиков),

•  обоснование вариантов санации предприятий-банкротов.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3**

1. **Общая схема процесса стратегического управления. Краткая характеристика этапов данного процесса.**

Основные этапы стратегического управления:

- анализ среды;определение миссии и целей организации;формирование и выбор стратегии;реализация стратегии;оценка и контроль выполнения стратегии.

*^ Анализ среды*является исходным процессом в стратегическом управлении, так как он создает базу для определения миссии и целей организации, выработки стратегии ее развития. Внутренняя среда организации анализируется по следующим направлениям: маркетинг, финансы и учет, производство, персонал, организация управления. При анализе внешнего окружения исследуются экономические, политические, социальные, международные факторы, а также факторы конкуренции. При этом внешнее окружение делят на два компонента: непосредственное окружение (среда прямого воздействия) и макроокружение (среда косвенного воздействия). Целью стратегического анализа служит выявление угроз и возможностей внешней среды, а также сильных и слабых сторон организации.

*^ Процесс определения миссии и целей*состоит из трех подпроцессов:

- формулирование миссии организации, которая в конкретной форме выражает смысл ее существования;\* определение долгосрочных целей;

- определение среднесрочных целей.

*^ Формулирование и выбор стратегии*предполагают формирование альтернативных направлений развития организации, их оценку и выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации. При этом используется специальный инструментарий, включающий количественные методы прогнозирования, разработку сценариев будущего развития, портфельный анализ.

*^ Реализация стратегии*является критическим процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит предприятие к достижению поставленных целей. Реализация стратегии осуществляется через разработку программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии. Основные составляющие успешного выполнения стратегии:

- цели стратегии и планы доводятся до работников с тем, чтобы достичь с их стороны понимания того, к чему стремится организация, и вовлечь в процесс реализации стратегии;

- руководство своевременно обеспечивает поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, формирует план осуществления стратегии в виде целевых установок;

- в процессе реализации стратегии каждый уровень руководства решает свои задачи и осуществляет закрепленные за ним функции.

*Результаты*реализации стратегии *оцениваются,*и с *помощью системы обратной связи осуществляется контроль*деятельности организации, в ходе которого может происходить корректировка предыдущих этапов.

Последовательность взаимосвязанных работ по стратегическому анализу, выбору и реализации стратегии составляет процесс стратегического управления.

2. **Содержание разделов основной части бизнес-плана.**

Бизнес-план начинается с титульного листа,на котором обыч­но указывают:

* наименование проекта, например, «бизнес-план создания пред­приятия по произ­водству обоев»;
* место подготовки плана;
* авторы проекта, название и адрес предприятия, телефоны;
* имена и адреса учредителей;
* назначение бизнес-плана и его пользователи.

После титульного листа следует **оглавление**- формулировка раз­делов плана с ука­занием страниц и выделением наиболее важных пунктов в соответствии с особен­ностями конкретного проекта.

[***Резюме***](http://www.studfiles.ru/preview/519006/)- краткое изложение основных положений предпо­лагаемого плана, составляется, как правило, уже после того, как закончена разработка всего бизнес-плана, однако размещается именно в начале документа. Оно должно содержать:

• идеи, цели и суть проекта;•особенности предлагаемых товаров (услуг, работ) и их преиму­щества в сравнении с аналогичной продукцией конкурентов;• [**стратегии**](http://www.studfiles.ru/preview/519006/) и тактика достижения поставленных целей;• квалификация персонала и особенно ведущих менеджеров;• прогноз спроса, объемы продаж товаров (услуг, работ) и суммы выручки в бли­жайший период (месяц, квартал, год и т.д.);• планируемая себестоимость продукции и потребность финан­сирования;• ожидаемая чистая прибыль, уровень доходности и срок окупае­мости затрат;

[**Резюме**](http://www.studfiles.ru/preview/519006/) – единственная часть, которую будут читать большинство потенциальных инвесторов. А инвестор захочет, прежде всего, узнать следующую информацию: размер кредита, для какой цели, предполагаемые сроки погашения, кто еще собирается инвестировать проект, какие собственные средства есть.

В резюме для того, чтобы заинтересовать потенциального партнера, необходимо доказать, что именно его дело будет иметь успех.

*Описание отрасли*- анализ текущего состояния и перс­пектив развития избранной отрасли бизнеса, включая характерис­тику:

• ее сырьевой базы;• сегмента (ниши) рынка и доли предприятия на нем;• потенциальных клиентов и их возможностей;• региональной структуры производства;• основных фондов и их структуры;• инвестиционных условий.

Полный перечень сведений о компании, кроме краткой экономи­ко-географической и исторической справки, размера уставного капитала и рас­пределения капитала между учредителями, включает в себя следующие данные:

1. Идентификационный номер, код ИНН.

2. Полное и сокращенное наименование предприятия, код ОКПО.

3. Дата регистрации предприятия, номер регистрационного сви­детельства, наиме­нование органа, зарегистрировавшего предприя­тие.

4. Почтовый и юридический адрес предприятия: индекс, респуб­лика, область, ав­тономный округ и т. д., код ОКАТО.

5. Подчиненность предприятия - вышестоящий орган, код ОКО-ГУ.

6. Вид деятельности (основной), код ОКОНХ.

7. Организационно-правовая форма предприятия, код ОКОПФ.

8. Форма собственности, код ОКФС:

- доля государства (субъекта Федерации) в капитале, %.

9. Включено или нет в государственный реестр Российской Фе­дерации предпри­ятий-монополистов:

- республиканский;

- региональный;

10. Банковские реквизиты.

11. Адрес налоговой инспекции, контролирующей предприятие.

12. Организационная структура предприятия, дочерние компа­нии.

13. Ф. И. О., телефоны, факсы администрации предприятия.

14. Характеристика менеджеров, отвечающих за результаты ра­боты предприятия (возраст, образование и квалификация, предыду­щие три должности, срок работы на предприятии).

*Описание деятельности (товара, услуги, работы).*

Любой предпринимательский проект начинается с формирова­ния идеи продукта, товара или услуги. Задача состоит в том, чтобы достаточно полно представить в бизнес-плане важнейшие характеристики предлагаемого на рынок товара (услуги). Необходимо дать не только общее представление о товаре, но и раскрыть его пре­иму­щества в сравнении с аналогами, конкурентоспособность на рын­ке, спрос на него и так далее.

Любой товар в реальном исполнении имеет ряд характеристик: качество, набор свойств, название, внешнее оформление, упаковка и другие, которые надо подробно описать в бизнес-плане.

В описание продукта входят такие сведения, как тип, размер, вес, срок службы, па­тентная ситуация.

*Маркетинговый план.*

Для того чтобы потенциальные клиенты превратились в реальных, малому предприятию необходимо иметь план маркетинга. Этот план должен показать, почему клиенты будут покупать именно данную продукцию. Здесь необходимо продумать и объяснить потенциальным партнерам или инвесторам основные элементы своего плана маркетинга: ценообразование, схему распространения товаров, рекламу, методы стимулирования продаж, организацию послепродажного сопровождения, формирования имиджа.

Важной составной частью плана маркетинга является выбор це­новой [**стратегии**](http://www.studfiles.ru/preview/519006/) предприятия.

На правильный выбор и назначение цены на товар и услуги влия­ют множество факторов, которые можно подразделить на две части: внутренняя, выражающаяся, в конечном счете, в издержках произ­водства, и внешняя, к которой относятся: конку­ренция, положение, занимаемое товаром на рынке, характер спроса и другие факторы.

*Производственный план.*

В зависимости от вида бизнеса в плане производства дается краткое описание особеннос­тей технологического процесса изготовления продукции или оказа­ния услуг.

*Технологический процесс*(производ­ственный про­цесс) – это целенаправленное превращение ис­ходного сырья и материалов в готовый продукт с заданными свой­ствами, пригодный к индивидуальному или производительному потреблению. На предприятиях выделяют два вида производ­ствен­ных процессов:

• *основные*- непосредственно связанные с превращением пред­метов труда (сырья) в готовую продукцию (муки - в хлеб и другие хлебобулочные изделия, шерсти - в ткань и т.д.);

• *вспомогательные*- прямо не участвуют в основных процессах, а только способ­ствуют их выполнению (ремонт, перемещение предметов труда и др.).

План производства должен соответствовать *мощности предпри­ятия*- объему или количеству единиц продукции (услуг, работ), ко­торые можно изготовить за опре­деленный период.

*Финансовый план и бюджет предприятия.*

Для принятия окончательного решения по предпринимательс­кому проекту необхо­димо четко определить инвестиции и произ­водственные издержки, учитывая, что прибыльность проекта будет, в конечном счете, зависеть от их размеров, структуры и графика осуществления.

Инвестиции и основные элементы производственных издержек, определенные в предыдущих разделах плана, сводятся в финансо­вом плане с тем, чтобы рассчитать общие инвестиционные затраты и определить финансовую и экономическую рен­табельность проекта.

При сведении воедино суммы инвестиций и производственных издержек особое внимание следует обратить на график их осу­ществления, поскольку эти сроки ока­зывают влияние на движение наличностей при реализации проекта и его норму прибыли. Плани­рование инвестиций и производственных издержек следует осуще­ствлять на годичной основе с учетом результатов анализа движения наличности.

*Общая сумма инвестиционных затрат*на осуществление пред­принимательского проекта включает прежде всего издержки на фор­мирование основного капитала (инвестиций), оборотного капитала и производственных издержек. Причем основ­ной капитал представ­ляет собой средства, необходимые для строительства и осна­щения оборудованием инвестируемого проекта, а оборотный капитал - сред­ства, необходимые для функционирования проекта.

*Основной капитал*складывается из первоначальных инвести­ций и капитальных затрат на подготовку производства.

*нализ рисков.*

*Риск*- событие, которое может случиться или не случиться. Если такое событие произойдет, то у предприятия возможны три эконо­мических результата:

• отрицательный - потеря части ресурсов предприятия, недопо­лучение доходов или появление дополнительных расходов;

• положительный - увеличение прибыли, сокращение расходов или выгода;

• нулевой - не оказывает влияния на финансово-хозяйственные результаты.

В предпринимательской деятельности важное значение имеют как чистые, так и спекулятивные риски. *Чистые риски*- природноестественные, экологические, политические, транспортные и некоторые коммер­ческие риски. Они могут привести к от­рицательным или нулевым хозяйственным результатам.

*Спекулятивные риски*- финансовые риски, связанные с поку­пательной способ­ностью денег (инфляционные, валютные и др.), и инвестиционные (процентные, кредитные, банкрот­ства) - означают вероятность получения как отрицательных, так и положительных экономических результатов.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4**

1. **Понятие и классификация методов управления.**

Методы управления – это способы воздействия субъекта управления на управляемый объект для достижения определённых целей.

Методы управления многообразны, но их воздействие на персонал предприятия в целом и на каждого отдельного работника опосредовано мотивацией (в практике менеджмента выделяются экономическая, властная и духовная мотивации и адекватные им три основные группы методов управления: экономические, организационно-распорядительные и социально-психологические):

1) Организационно-распорядительные методы управления (базируются на властных и правовых мотивациях и обеспечивают эффективность работы фирмы за счёт лучшей организации деятельности работников и подразделений).

2) Экономические методы управления (воздействуют на материальные интересы людей, ориентируются на выполнение определённых показателей или заданий и на вознаграждение за их выполнение).

3) Социально-психологические методы управления (совокупность приёмов, используемых в науках, изучающих человека и межличностные отношения), применяемые с целью повышения социальной активности сотрудников, опираются на духовные мотивации, с их помощью воздействуют на сознание работников, на социально-этические, религиозные и другие интересы людей и осуществляют моральное стимулирование трудовой деятельности.

**2. Роль и значение малого бизнеса в национальной экономике.**

Для экономики в целом деятельность малых фирм является важным фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого предпринимательства специалисты даже судят о способности страны приспосабливаться к меняющейся экономической обстановке. Для России, находящейся на начальном этапе развития рыночных отношений, именно создание и развитие сектора малого предпринимательства должно стать основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике. Несмотря на трудности и неудачи, малое предпринимательство развивается, набирает темпы роста, решая экономические, социальные, научно-технические проблемы.

Целью создания малого предприятия является решение региональных проблем при переходе к рыночным отношениям посредством создания производственной и социальной инфраструктуры, увеличения производства товаров народного потребления, повышения эффективности использования местных ресурсов природных и трудовых, ускорения разработок новых видов техники и технологии, решение экологических проблем.

Сектор малого предпринимательства является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Хотя "лицо" любого развитого государства составляют крупные корпорации, а наличие мощной экономической силы - крупного капитала в значительной мере определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, подлинной основой жизни стран с рыночной системой хозяйствования являются малые предприятия как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни. Именно в секторе малого предпринимательства создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5**

1. **Свойства организованных систем.**

**Целостность** - системы существуют как организационно и функционально целостные образования.

Не элементы составляют целое, а наоборот, целое порождает при своем членении элементы. Первичность целого - основной постулат теории систем.

· Роль элементов – обеспечение функционирования целого.

· Каждый элемент может рассматриваться только в его связи с другими элементами.

· Функционирование системы не может быть сведено к функционированию отдельных элементов.

**Целостность**. Это свойство, при котором каждая часть системы соотносится с каждой другой частью, что изменение в некоторой части вызывает изменения во всех других частях и в системе в целом. Целостность и обособленность (связанность и суммативность) это полярные случаи одного и того же свойства.

2. **Проблемы и перспективы развития малого предпринимательства в России.**

Проблемы малого бизнеса можно разделить на следующие группы[[1]](#footnote-1):

1. Организационные, связанные с юридическим оформлением и регистрацией, открытием счета в банке.
2. Материально-техническое обеспечение: нехватка производственных помещений и оборудования, низкая квалификация персонала; низкая правовая защищенность деятельности.
3. Финансовые (инвестиционные) проблемы и проблемы капитализации сбережений индивидуальной ликвидности: затруднения в легализации капитала для регистрации предприятия, проблема формирования стартового капитала, установление связей с поставщиками.
4. Кредитная необеспеченность.

Одним из перспективных направлений поддержки малого предпринимательства является стимулирование кооперации малого и крупного бизнеса. Существует точка зрения, что в качестве магистрального направления развития всей предпринимательской среды необходимо укрепление сотрудничества и кооперации малых и крупных фирм. Организационные формы такой интеграции самые разнообразные: лизинг, франчайзинг, дол­госрочные контакты на поставки комплектующих под определенные финансовые гарантии и т.д. Преимуществом такого варианта про­мышленной организации является создание гарантированных рын­ков сбыта для малого бизнеса, особенно в тех случаях, когда финан­сово-промышленные группы осуществляют прорыв на экспортные рынки.

В частности, крупные предприятия, которые активно работают с малыми предприятиями на производственно-кооперационной и инновационной основе и при этом оказывают им какую-либо помощь (передача технологий, подготовка кадров, и т.д.) также должны иметь целевые налоговые льготы. Как показывает опыт, большинство неудач малых фирм связано с менеджментской неопытностью и профессиональной некомпетентностью собственников малых предприятий, поэтому подготовка кадров имеет большое значение для предприятий.

В связи с поддержке свободной конкуренции не стоит забывать о необходимости усовершенствования государственной антимонопольной политики и регулирования сферы деятельности естественных монополий.

1. [↑](#footnote-ref-1)