

Д.И. Валигурский

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебник



Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

Д. И. Валигурский

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебник

3-е издание

Москва, 2012

УДК 334
ББК 65.29
В15

Автор:

Д. И. Валигурский — заведующий кафедрой коммерции и технологии торговли Российского университета кооперации, доктор экономических наук, профессор.

Рецензент:

А. В. Ткач — заведующий кафедрой экономики кооперации и предпринимательства Российского университета кооперации, доктор экономических наук, профессор.

Валигурский Д. И.

В15 Организация предпринимательской деятельности: Учебник / Д. И. Валигурский. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 520 с.

ISBN 978-5-394-01517-5

В учебнике рассмотрены основные вопросы предпринимательской деятельности от истории развития предпринимательства до современного периода. Читатель найдет в учебнике информацию, которая его сегодня интересует: как стать предпринимателем, где найти деньги, как удержать свой бизнес, как платить налоги, каким образом застраховать свое дело, что такое инновационная и инвестиционная деятельность. Особое внимание уделяется вопросу развития малых предприятий за рубежом, а также перспективам дальнейшего развития предпринимательства в России.

Для студентов и преподавателей высших и средних специальных учебных заведений, руководителей предприятий и административных работников, а также предпринимателей.

УДК 334
ББК 65.29

ISBN 978-5-394-01517-5

© Валигурский Д. И., 2009
© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	9
Глава 1. ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РУСИ	10
1.1. Зарождение предпринимательства на Руси.....	10
1.2. Петровские и послепетровские реформы XVIII — начала XIX в.	15
1.3. Предпринимательство в России в конце XIX в.	26
1.4. Предпринимательство и расцвет капитализма в России в начале XX в. (1900–1917)	32
1.5. Предпринимательство социалистического периода.....	39
1.6. Кооперация 90-х гг. и новый этап развития предпринимательства в конце XX в.	55
Глава 2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ И РАЗВИТИЕ	61
2.1. Понятие и сущность предпринимательства	61
2.2. Экономические, социальные условия и правовые принципы, необходимые для предпринимательской деятельности.....	67
Глава 3. ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	88
3.1. Производственное предпринимательство	89
3.2. Коммерческое предпринимательство.....	100
3.3. Финансовое предпринимательство. Кредитование предприятий	118
3.4. Консультативное предпринимательство	134

Глава 4. ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА	141
4.1. Предпринимательская идея	142
4.2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	149
4.3. Порядок создания предприятия	161
4.4. Бизнес-план как начало предпринимательской деятельности	166
4.5. Основные источники финансирования предпринимательской деятельности	171
4.6. Современные характерные черты в управлении экономикой	187
4.7. Реорганизация, ликвидация организации и индивидуальных предпринимателей	193
Глава 5. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ...	206
5.1. Кто может стать индивидуальным предпринимателем	206
5.2. Порядок государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя	207
5.3. Постановка на учет в налоговом органе	209
5.4. Ведение индивидуальными предпринимателями Книги учета доходов и расходов хозяйственных операций	212
5.5. Применение индивидуальными предпринимателями упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности	229
Глава 6. КАЧЕСТВО, СТАНДАРТИЗАЦИЯ, СЕРТИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ...	232
6.1. Качество и стандартизация продукции	232
6.2. Сертификация продукции	242
6.3. Лицензирование отдельных видов деятельности, осуществляемых организациями и индивидуальными предпринимателями	246

Глава 7. ФИНАНСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ ОЗДОРОВЛЕНИЯ	255
7.1. Сущность и функции финансов	255
7.2. Формирование финансов предприятия	258
7.3. Прибыль предприятия	263
7.4. Финансовый план предприятия	265
7.5. Основные направления финансового оздоровления предприятия	269
Глава 8. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК	272
8.1. Понятие риска	272
8.2. Классификация предпринимательских рисков	275
8.3. Политический риск	283
8.4. Технический риск	286
8.5. Производственный риск	287
8.6. Коммерческий риск	288
8.7. Финансовый риск	290
8.8. Отраслевой риск	294
8.9. Инновационный риск	295
8.10. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска	296
8.11. Страхование рисков	299
8.12. Пути снижения риска в предпринимательской деятельности	301
Глава 9. КОНКУРЕНЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	307
9.1. Понятие, виды и факторы, влияющие на конкуренцию	307
9.2. Характеристика конкурентоспособности рынка, правовое регулирование	311
9.3. Понятие и признаки доминирующего положения на товарном рынке	314
9.4. Понятие и виды монополистической деятельности на товарном рынке и рынке финансовых услуг	316
9.5. Понятие и формы недобросовестной конкуренции	319
9.6. Правовые средства антимонопольного регулирования	321

9.7. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.....	325
9.8. Понятия и методы регулирования сферы естественных монополий.....	327
9.9. Принципы организации производства конкурентоспособных предприятий	329
Глава 10. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	334
10.1. Понятие инноваций, виды инновационной деятельности	334
10.2. Субъекты и объекты инновационной деятельности	335
10.3. Правовое регулирование инновационной деятельности	344
Глава 11. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	347
11.1. Государство как основной элемент политической и экономической системы.....	347
11.2. Этапы государственного регулирования предпринимательства.....	350
11.3. Функции и методы регулирования предпринимательской деятельности.....	356
11.4. Государственное регулирование занятости населения.....	360
11.5. Государственное регулирование ценообразования в России.....	363
11.6. Государственное регулирование предпринимательской деятельности на региональном уровне	370
11.7. Государство как собственник и активный субъект рынка.....	372
Глава 12. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	375
12.1. Малый бизнес как основная форма предпринимательства в условиях переходного периода	375

12.2. Классификация малых предприятий	377
12.3. Первоначальный капитал — основа малого бизнеса	384
Глава 13. СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА	
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	397
13.1. Стратегия ценообразования и специфика установления цен на новый товар	398
13.2. Товарная номенклатура и ценообразование	403
13.3. Установление цен по территориальному принципу	405
13.4. Взаимозачеты и скидки в ценовой политике	407
13.5. Цены, стимулирующие сбыт продукции	408
13.6. Дискриминационные цены	410
13.7. Инициативное изменение цен	412
13.8. Тактика ценообразования и интересы потребителя	414
13.9. Зарубежный опыт государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики (США, Япония, Франция, Канада, Испания)	415
Глава 14. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАМЕНЫ	
АДМИНИСТРАТИВНО-КОМАНДНОЙ	
ЭКОНОМИКИ НА РЫНОЧНУЮ	442
14.1. Причины краха социалистических методов хозяйствования	442
14.2. Перспективы развития государства с учетом исторического прошлого	451
Глава 15. РЫНОЧНАЯ МОДЕЛЬ ЗАРУБЕЖНЫХ	
СТРАН	463
15.1. Социально направленная и либерально ориентированная рыночная экономика	463
15.2. Социально ориентированная экономика Германии	467
15.3. Шведская модель социализма	469

15.4. Экономика США: итоги и перспективы либеральной модели	471
Глава 16. ИНВЕСТИЦИИ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	474
16.1. Содержание инвестиционной деятельности.....	474
16.2. Функции и роль рынка инвестиций в экономике....	476
16.3. Классификация форм и видов инвестиций.....	479
16.4. Источники инвестиционных вложений и их привлекательности	485
Глава 17. КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	487
17.1. Сущность и значение культуры предпринимательства.....	487
17.2. Деловая и профессиональная этика	492
17.3. Деловые отношения — важная часть культуры предпринимательства.....	501
17.4. Основные черты бизнесмена	505
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	514

ПРЕДИСЛОВИЕ

Прошедшие 20 лет “развития капитализма в России” были временем “бури и натиска”, вовлечения широких масс в предпринимательство — самостоятельную экономическую деятельность, периодом возникновения “олигархических” капиталов, “диких” по содержанию и методам переделов государственной собственности, временем реального роста и значения предпринимательского таланта, экономических знаний и практического опыта.

За эти годы одни из тех, кто начинал самостоятельную предпринимательскую деятельность, стали очень богатыми — 3–5% населения, другие стали средним классом — 15–20%, остальные разорились. И для многих ценой неправильного решения были разорение, утрата активности и самостоятельности на рынке.

Цель учебника очень простая — научить человека предпринимательски мыслить, считать, быть организованным и ответственным. Предпринимательство — сложный механизм деятельности предприятий и организаций по производству товаров и оказанию услуг с целью получения прибыли. Сегодня необходимо производить те товары и оказывать те услуги, на которые существует спрос. Из 10 идей, которые приходят в голову активному человеку, девять — неудачных, а одна может принести ему успех. Как почувствовать и выбрать идею, кто должен быть рядом с тобой, как реализовать идею на практике? Все это возможно только при наличии знаний — теоретических и практических.

Предлагаемый учебник имеет одну важную особенность: он показывает взаимосвязь между рынком — предпринимательством — государством в их историческом развитии.

История России показывает, что именно в бурные переломные времена зарождались знаменитые предпринимательские династии. Развитие малого бизнеса играет свою положительную роль, активно содействует увеличению числа собственников, формированию среднего класса, росту доли экономически активного населения и созданию новых рабочих мест.

Глава 1. ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РУСИ

1.1. Зарождение предпринимательства на Руси

Истоки российского предпринимательства уходят в глубь веков и относятся ко времени освоения торговых путей и строительства первых городов. Именно развитие торговли дало импульс зарождению предпринимательских слоев уже в первые века российской государственности. Вокруг городов возникало множество торговых и промысловых поселений — “погостов”. Здесь заключались сделки, торговые договоры, отсюда пошла традиция ярмарочной торговли. Купцы и предприниматели в Древней Руси не были выделены в отдельное сословие. Предпринимательской деятельностью занимались все слои населения: от князей и бояр до торгующих крестьян. Письменные памятники Древней Руси, прежде всего “Русская Правда”, называют первых русских предпринимателей: купцов, гостей, торгующих крестьян. Первое упоминание о купцах в Киевской Руси относится к X в. В то время купцами называли горожан, основным занятием которых была торговля и которые развозили по всей стране иноземные и отечественные товары. Гости (от древнего “гостьба” — торговля) составляли верхушку купечества, занимавшегося в основном внешней торговлей. Всю зиму они скупали по погостам товары, а весной отправлялись большими караванами по Днепру через Черное море в Царьград, где имели право торговать до зимы. Русские князья высоко ценили своих купцов-гостей, поэтому условия торговли были предметом мирных договоров с Византией. Русские купцы имели

право останавливаться в предместье Царьграда в монастыре св. Маманта (у св. Мамы), русские послы и гости получали от местных властей месячный корм и даровую баню. Торговля была преимущественно меновая. Продавали зерно, невольников, меха, мед, воск, покупали паволоки (шелковые ткани), золото, вино, овощи. Гости торговали не только с Византийской империей, они ходили на судах в Болгарию, Грецию, Сирию. Недаром Черное море, покрытое их кораблями, было названо Русским. Большая торговля велась с варягами. Через Каспийское море с арабского Востока в страну поступали драгоценные камни, ковры, сафьян, оружие, пряности. В XIII–XV вв. с возрождением и ростом численности городов растет и численность купечества в торгово-промышленных центрах — Москве, Твери, Новгороде, Пскове, Вологде. Торговые предприниматели, имевшие лавки на городском торгу, объединялись в профессиональные организации — “ряды”, а их члены назывались “рядовичами”. Во время опасных путешествий купцы открывали новые земли, осваивали их. Так, тверской купец Афанасий Никитин за четыре года (1467–1472) преодолел путь от Твери до Индии через Каспийское море и возвратился на Русь через Черное море. Он побывал в Индии за 30 лет до европейцев. По словам Н. М. Карамзина, “в то время как Васко да Гама единственно мыслил о возможностях найти путь от Африки к Индостану, наш Тверитянин уже купечествовал на берегу Малабара и беседовал с жителями о догматах их веры”.

Складывание централизованного Русского государства сопровождалось ликвидацией автономии местных купеческих организаций. Политическое бесправие торговых людей во время опричнины Ивана Грозного привело к тому, что с созданием Русского государства купцы слились с другими сословиями городского населения в одно сословие посадских людей и составляли богатое меньшинство; они выполняли две повинности — отбывали казенную службу и платили налоги. Российские власти во все времена стремились контролировать и опекал предпринимательскую деятельность, используя для этого различные способы, включая создание “сверху”, административным путем элитарных, полностью зависящих от власти, корпораций.

В конце XVI в. богатое русское купечество было объединено в три корпорации: гостей, торговых людей гостиной и суконной сотен, которые имели выборных голов и старшин и пользовались определенными правами в области торговли. И хотя они охватывали небольшой круг людей, но занимали в конце XVI—XVII вв. видные позиции в Русском государстве. Среди них — Г. Л. Никитников, Н. А. Светешников, Строгановы, Гурьевы, Шустовы. Не случайно В. О. Ключевский называл купцов этих корпораций “отечественными агентами казны”, что достаточно точно отражало их статус. Гости в значительной степени были оторваны от торгово-ремесленного мира как в силу своего привилегированного положения, так и в силу предмета торговли, в частности, пушминой. Освоение новых земель связано с именами многих великоустюжских, тотемских, поморских крестьян и промышленников. С конца XV в. можно проследить складывание торговой династии Строгановых. Аника Федорович — знаменитый основатель этой династии, выходец из поморских крестьян — продолжил и развил солеваренный промысел, вел выгодную торговлю с заморскими купцами и народами Урала и Приуралья. Во многом благодаря Строгановым начинается активное освоение русскими людьми Урала и Западной Сибири. Его дети владели землями Камскими и Пермскими, были инициаторами походов Ермака на завоевание Сибири. Строгановы служили Ивану IV, финансировали ведение Ливонской войны, способствовали возведению на престол династии Романовых, строили множество заводов. Благодаря их материальной поддержке с конца XVI в. возникло целое направление в иконописи — Строгановская школа. Строгановы на протяжении нескольких веков оказывали влияние на политическую, экономическую и культурную жизнь Русского государства.

Следует отметить, что торговля была главной, но не единственной сферой предпринимательской деятельности купечества, в частности, московского в XV—XVI вв. Нажив капиталы, именитые гости вкладывали часть средств в покупку сел и деревень, занимались ростовщичеством. С середины XV в. появляется еще одна область вложения капиталов — каменное

строительство, связанное с заказами московских великих князей, церковных иерархов, представителей знати.

Торговое население городов того времени — слой с неопределенными социальными границами. Уже Судебник 1550 г. выделил помимо гостей и черных людей категорию “торговые люди и посадские люди и все средние”.

После воцарения новой династии в 1613 г. купечество начинает играть усиливающуюся роль, поскольку является основным кредитором для правительства. Богатые купцы давали в долг царю Михаилу крупные суммы денег, основная тяжесть нового налога — “пятины” — также ложилась на плечи купеческого сословия. Рост численности и занятости населения городов в XVII в. привел правительство к необходимости более четко определить обязанности лиц торгового сословия и защитить права его верхушки. В 20—30-е гг. XVII в. наблюдается активная борьба купечества за свои права, она отражена в многочисленных челобитных, подаваемых царю. Русские купцы требовали запретить иностранным купцам торговать внутри государства, но окончательно их требования были удовлетворены лишь в 1649 г. По Соборному Уложению 1649 г. и в особой грамоте повелевалось “лавок и погребов и варниц опричь государевых тяглых людей никому не держать”. Пашенные крестьяне и лично несвободные люди не имели права заниматься в Москве промыслами и должны были продать свои заведения тяглым торговым и посадским людям.

Активно боролось купечество и за ликвидацию на посадах “белых слобод”, т. е. поселений, свободных от уплаты государственных налогов и повинностей. На Земском соборе 1642 г., где решался вопрос об Азове, мнение купцов стало решающим: они заявили, что не выдержат новую войну, так как разорены “пятинами”. В этой ситуации Михаил Федорович не решился воевать с турками и татарами.

В 1653 г. был введен первый Торговый устав, по которому взамен множества существовавших ранее торговых сборов начала взиматься единая, так называемая “рублевая пошлина” (по 10 денег от рубля проданных товаров). Иностранцы облагались

более высокой пошлиной, чем русские купцы. В 1667 г. был издан Новоторговый устав, еще больше стеснивший торговцев-иностранцев: им запрещалась розничная торговля, увеличивалась торговая пошлина. По Уставу заведывание делами торговых людей передавалось в один приказ большого прихода, в обязанности которого входило наблюдение за правильным сбором налогов, с тем чтобы не разорять налогоплательщиков. По росписи, приложенной к челобитным 1653 г. в Посольский приказ, в Москве находилось 13 человек гостей, в гостинной сотне — 158 человек, в суконной — 116 человек. К концу XVII в. посадские люди составляли 3% населения страны.

В ряде крупных городов, стоящих на пересечении торговых, сухопутных или речных путей, выделяются определенные районы заселения купечества. Так формировались своеобразные слободки, принадлежавшие семьям или отдельным купцам. Почти в каждом посаде были торговые ряды и лавки, а нередко торг производился и по дворам посадских людей. Для приезжих купцов и крестьян, привозивших в город свои изделия, строились гостиные двory, около которых обычно помещались таможенные избы для взимания с проезжих весчих и торговых пошлин.

Иностранные купцы в значительном количестве посещали Москву, а некоторые из них прочно в ней оседали. Местом наиболее оживленной торговли в Москве был Китай-город. Здесь находились обширные торговые ряды, множество лавок, погребов, шалашей, харчевых изб, скамей, бочечных, кувшинных и других торговых мест, которых по переписи 1626 г. насчитано было 1368.

Москва являлась центром ремесленного производства и стояла на первом месте по количеству живущих в ней ремесленников — в 1638 г. их насчитывалось 2367, в посадах других городов ремесленники тоже составляли довольно значительную по своей величине группу.

Одним из замечательных русских деятелей был купец из посадских людей города Ярославля Григорий Леонтьевич Никитников. С 1614 г. он получил звание гостя, вел крупную торговлю в Сибири, Средней Азии, Иране, европейской России, но основу его богатства составила торговля пушниной. В 30-е гг.

XVII в. Г. Л. Никитников вкладывал капиталы в солеваренную промышленность, имел постоянные ряды для торговли солью в Вологде, Ярославле, Казани, Нижнем Новгороде, Коломне, Москве, Астрахани. В 1622 г. Никитников по приказу царя переехал в Москву. В Китай-городе он возвел богатые палаты и церковь Троицы в Никитниках. На Красной площади Никитников имел лавки в Суконном, Сурожском, Шапочном и Серебряном рядах. Купец Никитников прославился не только своей предпринимательской, но и общественно-патриотической деятельностью. Его подпись стоит в списках участников первого и второго земских ополчений в начале XVII в. Г. Л. Никитников представлял на земских соборах, участвовал в составлении челобитных царю от гостей и купцов, искавших защиты интересов русской торговли и ограничения привилегий иностранных купцов.

Широкий размах приобрела предпринимательская деятельность монастырей, особенно северо-восточной Руси. Они владели вотчинами, рыбными промыслами, соляными варницами. Северные монастыри, обладая начальным капиталом за счет пожертвований, денежных вкладов, перестраивали свою хозяйственную деятельность, активно внедряясь в соляные промыслы. В конце XVI в. Спасско-Прилуцкий монастырь, расположенный в начале Сухоно-Двинского пути, имел соляные варницы в Тотме, Соль-Вычегодске и Уне. Монастырь продавал соль в Холмогорах и Вологде. Так, за три оптовые продажи в Вологде обитель выручала свыше 6 тыс. руб. Даже продажа крупных партий соли, исчисляемых десятками тысяч пудов, не исчерпывала соляной запас монастыря, и остаток шел в города центральных регионов. По словам Флетчера, «монахи не уступают никому в торговле, занимаются столько же, сколько и другие, покупкой и продажей».

1.2. Петровские и послепетровские реформы XVIII — начала XIX вв.

Следующий этап в развитии предпринимательства связан с реформаторским курсом Петра I. «На впечатлительных и по-

верхностных наблюдателей, — писал В. О. Ключевский, — его предприятия производили сильное впечатление: Россия представлялась им как бы одним заводом, повсюду извлекались из недр земных сокрытые доколе сокровища; отовсюду текли туда ученые и всяких званий мастера с книгами, инструментами, машинами, и при всех этих работах виден был сам монарх как мастер и указатель”. Первый российский император осуществлял широкомасштабные преобразования, охватывающие все стороны российской жизни: государственное устройство, быт, нравы, образование и в первую очередь экономику страны. Петр I оставил после себя 233 фабрики и завода. Наиболее успешное развитие получило при нем горное дело. Горные заводы образовали при нем четыре крупных округа: тульский, олонекский, уральский и петербургский. В Олонекском краю на берегу Онежского озера в 1703 г. построен был чугунолитейный и железоделательный завод, ставший основанием города Петрозаводска. В 1699 г. на реке Невье в Верхотурском уезде были построены казенные заводы. В 1702 г. Петр I сдал Невьянские железные заводы Демидову с обязательством изготавливать артиллерийские припасы. В 1713 г. на складах в Москве у Демидова лежало около полумиллиона одних ручных гранат. Сильная заводская деятельность шла в Приуралье, где в 1723 г. был основан город Екатеринбург. К концу царствования Петра в Екатеринбургском округе находилось 9 казенных и 12 частных заводов, железных и медных, из которых 5 принадлежало Никите Демидову. Дело отца продолжил его сын Акинфий Никитич, который построил первый медно-плавильный завод в Забайкалье, открыл новые медные и свинцовые рудники во многих местах Сибири, основал семнадцать железных и медно-плавильных заводов. Медь и железо на этих заводах переделывались в посуду, инструменты, машины.

Если Никита Никитович Демидов заложил прочное начало горнозаводскому делу, то Акинфий Никитич развил, усовершенствовал и твердо поставил его как в европейской части России, так и в Сибири, Забайкалье, Алтае.

В 1718 г. на всех русских заводах, частных и казенных, было выплавлено более 6,5 млн пудов чугуна и около 200 тыс. пудов

меди. Это дало возможность Петру вооружить флот и полевую артиллерию огнестрельным оружием из русского материала и русской выделки. Казенные горные заводы отличались огромными размерами. Об этом можно судить по тому, что к 9 пермским заводам было приписано 25 тыс. крестьян мужского пола. На Сестрорецком оружейном заводе работали 683 человека.

Повышение внимания государственной власти к экономическим вопросам объяснялось прежде всего сложившейся военно-политической обстановкой. Северная война, длившаяся более 20 лет, заставляла Петра I содействовать горному делу, металлургическому производству и кораблестроению, тем видам производства, которые составляли основу военного могущества и политической стабильности.

Предпринимательством была проникнута и финансовая политика правительства в начале XVIII в. В 1706 г. Витворт писал: "Здесь двор совсем превратился в купеческий, не довольствуясь монополией на лучшие товары собственной страны, например, смолу, поташ, ремень, клей и т. д., он захватывает теперь иностранную торговлю. Купцам платят только за комиссию, а барыш принадлежит казне". При Петре I действовал так называемый институт прибыльщиков, в обязанности которых входило "сидеть и чинить государю прибыли", т. е. изобретать новые источники государственного дохода. Наиболее курьезным был бородовой налог. Указом 1705 г. борода была расценена посословно: дворянская и приказная — в 60 руб., первостатейная купеческая — в 100 руб., рядовая торговая — в 60 руб., холопья, причетничья — в 30 руб. Крестьянин у себя в деревне носил бороду даром, но при въезде в город и при выезде из него платил 1 копейку.

С целью поднять предпринимательскую энергию Петр I вовлекал в промышленные компании дворян и сановников. Так, в 1717 г. по именному царскому указу была учреждена шелковая компания Апраксина, Толстого и Шафирова, в нее вошел и князь Меншиков. Компания получила большие субсидии от государства, учредители в скором времени перессорились, и в 1724 г. шелковая компания перешла в руки купеческих "ком-

панейщиков". Известно, что в 1714 г. А. Д. Меншиков соорудил парусную фабрику, а в 1718 г. кабинет-секретарь А. В. Макаров построил суконную и каразейную мануфактуру.

Важной вехой в экономической политике государства стало учреждение новых органов управления — коллегий. Торговая деятельность передавалась промышленности, была создана Мануфактур-коллегия, ее регламент предоставил право каждому подданному заводить промышленные предприятия, коллегия обязывалась оказывать им помощь, "показывая способы наилучшего обращения с мануфактурой, дабы привести ее в доброе и неубыточное состояние".

Содействие торговле обязаны были оказывать городские магистраты. Регламент Главного магистрата (1721) предписывал городским властям "старание" о развитии торговли. Особое значение для развития горнодобывающей промышленности имело принятие Берг-привилегии в 1719 г. Этот акт ставил заводчиков в привилегированное положение, всем "разрешалось во всех местах, как на собственных, так и на чужих землях искать, плавить, варить и чистить всякие металлы". Преимущественное право разработки получал вотчинник, заводчик обязан был отчислять в его пользу определенную сумму прибыли (1/32). Благодаря петровским указам фабрики быстро перешли от свободного к принудительному труду. По знаменитому петровскому указу 18 января 1721 г. "купецким людям" разрешено было покупать к фабрикам и заводам населенные деревни "под такой кондицией, дабы те деревни всегда были уже при тех заводах неотлучно".

С 20-х гг. XVIII в. гости и гостиная сотня теряют положение привилегированной верхушки купечества. По регламенту Главного магистрата 1721 г. все население делилось на неподатное (дворяне, духовенство, военные, иностранцы) и податное, платящее государству подать в 1 руб. 20 коп. К регулярному податному населению, состоящему из двух гильдий, относились наиболее состоятельные люди. К первой гильдии были причислены наиболее крупные купцы, ростовщики, а также серебряники, золотари, иконники, живописцы, аптекари, доктора. Во вторую гильдию входили мелочные торговцы и ремесленники.

Большое распространение с середины XVIII в. получила так называемая “рассеянная мануфактура”, на которой использовался труд кустарей, работавших на дому для мануфактуристов. Так, созданная по указу 1736 г. “лосиная фабрика” купца Афанасия Гребенщикова в Московском уезде на Клязьме имела 301 рабочего, которые были рассеяны по 20 мастерским по отделке лосиных и яловочных кож и по 80 избам, где шились мундиры и амунические вещи.

Увеличение числа промышленников вызвало недовольство дворянства, которое, в полной мере оценив значение торговли как источника обогащения, во второй трети XVIII в. усиленно втягивалось в хозяйственную деятельность. 29 марта 1762 г. Петр III запретил покупку к фабрикам и заводам крестьян, как с землей, так и без земли. Указом 8 августа 1762 г. это запрещение подтвердила Екатерина II. С этого времени начинается рост дворянской мануфактуры. Среди дворянства были настоящие предприниматели-промышленники.

Определенным этапом в развитии рынка в России было создание по инициативе Петра I в 1703 г. первой регулярной биржи в Петербурге. По своему характеру она была общей — товарно-сырьевой, с элементами фондовой торговли — и была создана по образцу Амстердамской биржи. Екатерина II создает самые благоприятные условия для развития русского предпринимательства. В первую очередь это касалось хлопчатобумажной промышленности. В 1769 г. была предоставлена свобода заводить в своих домах станы для тканья разных материй с платежом определенных сборов (1 руб. со стана или 1% от капитала). Манифестом 1775 г. устройство всяких промышленных заведений было объявлено совершенно свободно для всех безо всяких сборов. Одновременно объявлялось о введении полной свободы торговли: “Всякому торгу свободну быть надлежит”. “Жалованная грамота городам” 1785 г. предоставляла права купцам на внутренний оптовый и розничный торг, заведение фабрик и заводов, освобождение от казенных служб. Все купцы в этот период делились на три гильдии. Купцы всех гильдий были освобождены от подушной подати (вместо нее они платили 1% объявленного

капитала), а также от рекрутской повинности. Кроме купцов разных гильдий вводилось понятие “именитый гражданин”. По своему статусу он был выше купца первой гильдии, ибо должен был обладать капиталом не менее чем в 100 тыс. руб. “Именитые граждане” получали право иметь загородные дачи, сады, заводы и фабрики. Если купец имел ценз не ниже 5 тыс. руб., он мог занимать должности в городских сословных учреждениях. В 80–90-е гг. XVIII в. в Москве должности городских голов занимали купцы Д. Д. Мещанинов, С. Д. Ситников, М. П. Губин, А. И. Долгов, В. Я. Жигарев, В. Е. Емельянов.

В конце XVIII в. шел активный процесс пополнения купечества I гильдии за счет иногородних купцов, а также за счет крестьянства.

Крестьянская промышленность к концу XVIII столетия развивалась параллельно с крупной, это было связано с распространением в центральных промышленных губерниях России оброчной системы и отхода крестьян из деревни на дальние заработки. К концу XVIII столетия около 1/3 взрослого мужского населения занималось отхожими промыслами. Это было одной из форм крестьянского предпринимательства.

Планы и попытки создания государственных кредитных учреждений возникали в XVII–XVIII вв. В 1699 г. “земские избы” в Москве получили право выдавать ссуды купцам. Берг-коллегия и Мануфактур-коллегия ссужали владельцев предприятий казенными средствами. Первым российским кредитным учреждением банковского типа стала Монетная контора (1733–1758), которая выдавала ссуды высшей знати из 8% годовых. В 1754 г. был создан Государственный заемный банк, который фактически состоял из Дворянского заемного банка в Москве и Петербурге и Купеческого банка при Петербургском порте коммерции. Банк создавался для выдачи ссуд под залог драгоценных металлов, камней, помещичьих имений и товаров. В 1758 г. правительство основало банковские вексельные конторы для более быстрого перевода наличных денег, которые получили название “Медный банк”, так как меняли серебро на медь. В 1769 г. с началом выпуска бумажных денег в Москве и Петербурге были образо-

ваны ассигнационные банки, которые объединились в 1786 г. в единый Ассигнационный банк. Принципиально новым в деятельности банка стало соединение долгосрочных ссуд с выпуском ассигнаций, которые облегчали денежное обращение. Банк мог принимать вклады и производить учет векселей, но главной его операцией была эмиссионная. В результате введения ассигнаций в российской денежной системе сложились две единицы: рубль серебряный и рубль ассигнационный. Указом 18 декабря 1797 г. при Ассигнационном банке были созданы учетные конторы (учет векселей, товаров и страховки). В уставе контор говорилось: “Учетная контора учреждается к усилению ремесел и торговли преимущественно российским купцам, заводчикам и фабрикантам”.

Во второй половине XVIII в. в деловой жизни Петербурга заметную роль стали играть придворные банкиры. Среди банкиров Екатерины II широкую известность приобрел Иван Фредерике, выходец из голландской семьи, который в 1769 г. выступил посредником в одном из первых русских заграничных займов у амстердамских банкиров. В 1798 г. Павел I организовал “Контору придворных банкиров и комиссионеров Воута, Ралля и К”, затем вместо Р. Воута компаньоном стал Н. С. Роговиков. Контора имела постоянные связи с банкирскими домами Гамбурга, Лондона, Лейпцига, Берлина, Вены, Генуи и других центров. Контора придворных банкиров просуществовала до 1811 г.

Промышленность являлась той сферой деятельности человека, в которой раньше и интенсивнее формировался новый способ производства. В конце XVIII — первой половине XIX в. сложилась промышленная география центрального района России, которая отличалась широким распространением мелкой, главным образом, крестьянской промышленности. В Московской, Владимирской, Калужской, Костромской, Тверской, Ярославской и Нижегородской губерниях чуть ли не в каждом селении крестьяне сверх земледелия занимались промыслами. Мелкая промышленность являлась хорошей базой для зарождения и роста капиталистического производства — в ее орбите готовились квалифицированные кадры, формировалась промышленная

буржуазия. Одновременно с мелкой крестьянской росла крупная промышленность, ее рост происходил за счет распространения капиталистической мануфактуры и последующего превращения мануфактуры в фабрику. Наибольший рост промышленности приходился на вторую треть XIX в., это было связано с началом промышленного переворота, с ускоренным внедрением машинной техники.

В XIX в. начинается бурный рост хлопчатобумажной промышленности — “хлопчатобумажный бум”, открывающий новый этап в развитии частного предпринимательства. Благодаря применению машин бумажные ткани сделались самым дешевым предметом одежды. Первая бумагопрядильная фабрика — Александровская мануфактура — была открыта в начале XIX в. в Петербурге. В Москве в канун нашествия Наполеона было 11 бумагопрядильных и 27 ситценабивных фабрик. После того как в Англии в 1842 г. стало разрешено вывозить станкопрядильные машины за границу, в России начался бурный рост бумагопрядильного производства.

К началу 50-х гг. XIX в. в России было уже 1100 тыс. бумагопрядильных веретен; после Англии, Франции, США, Австрии она занимала 5-е место в мире по их числу. В этот период было положено основание огромному состоянию Морозовых. Крепостной помещика Н. Г. Рюмина Савва Васильевич Морозов прошел длинный путь от пастуха, наемного ткача на фабрике Кононова до владельца собственного шелкоткацкого заведения в селе Зуеве. В 1797 г. им был открыт филиал фабрики в селе Никольском Владимирской губернии — в будущем знаменитая Никольская мануфактура. Выкупив вольную в 1820 г., С. В. Морозов с сыновьями создает четыре хлопчатобумажные фабрики, которые вырастают во второй половине XIX в. в три фирмы: “Товарищество Никольской мануфактуры Викулы Морозова с сыновьями”, “Компания Богородско-Глуховской мануфактуры”, “Товарищество Тверской мануфактуры бумажных изделий”. Самой крупной была Никольская мануфактура Т. С. Морозова в Орехово-Зуеве, на которой в январе 1885 г. состоялась знаменитая “морозовская стачка” с участием 8 тыс. рабочих-ткачей.

Его сын С. Т. Морозов был яркой и противоречивой личностью, он увлекался социалистическими идеями и помогал революционному движению в годы первой русской революции.

Значительную роль в снабжении русской хлопчатобумажной промышленности английскими бумагопрядильными машинами сыграла контора Л. Г. Кнопа. Поворотным моментом в жизненной и деловой карьере Л. Кнопа было оборудование им фабрики Морозовых, впоследствии знаменитой Никольской мануфактуры. Блестяще зарекомендовав себя на этом заказе, он получил заказы от Барановых, Хлудовых, Малютиных и др. Со временем почти вся текстильная промышленность Московского района была модернизирована с участием Кнопа. Оснащая российские фабрики английскими машинами и оборудованием, Кноп одновременно оставался и поставщиком пряжи, достигнув особого могущества во время американской гражданской войны.

Крупнейшими московскими фабрикантами были Прохоровы. Выходец из купеческой семьи, Т. В. Прохоров построил в начале XIX в. ситцевую фабрику “У трех гор” в Москве. Благодаря прочности и яркости красок, изяществу и разнообразию рисунков изделия Прохоровской мануфактуры причислялись к первоклассным в одном ряду с такими титулованными предприятиями, как фабрики Битепажа, Вебера, Титова. Для обучения кадровых рабочих образуется “Товарищество Прохоровской Трехгорной Мануфактуры”, которое приобретает новые фабрики и заводы, расширяет производство. Четыре поколения семьи Прохоровых вкладывали силу и энергию в развитие своего “детища”, изделия Прохоровской мануфактуры получили золотые медали на международных выставках в Париже, Антверпене, Чикаго. На всероссийских выставках в Москве и Нижнем Новгороде мануфактура получила право изображения на изделиях государственного герба. Прохоровская Трехгорная мануфактура отличалась от других фабрик внимательным отношением администрации к нуждам рабочих — на фабрике была устроена бесплатная лечебница со стационаром, организовано частичное бесплатное питание. Кроме ремесленной школы при фабрике действовала начальная школа, вечерние классы для малолетних

рабочих, воскресные школы для взрослых, библиотека, классы оркестровой музыки и церковный хор.

Основная часть московских фабрикантов по социальному происхождению относилась к купечеству. Разрешение в 1807 г. дворянству записываться в купеческие гильдии не нарушило сословной замкнутости купечества и не умалило дворянских привилегий. Потомственные дворяне Мальцевы были тесно связаны с предпринимательской деятельностью с 1723 г., когда В. В. Мальцев основал под Можайском стекольно-хрустальный завод. В начале XIX в. они владели заводами и фабриками в селе Гусь, Дятковским хрустальным заводом.

В 1858 г. на заводах Мальцева были изготовлены три винтовых парохода с машинами по 300 лошадиных сил каждый. Дятковская хрустальная фабрика выпускала до 30 тыс. изделий ежедневно, было налажено производство цветного и богемского стекла. Изделия Мальцевых продавались не только в России, но пользовались успехом на рынках Турции, Болгарии, Румынии. В середине XIX в. разрастается Мальцевский промышленный округ, расположенный на стыке Калужской, Брянской и Орловской губерний. Здесь на производстве работало более ста тысяч человек. Кроме механического, чугунного и стеклянного производства здесь был налажен выпуск кирпича, открыты столярные, канатные фабрики, пивоваренные и винокуренные заводы. С. И. Мальцев создавал хутора с образцовым скотоводством. Практически была создана экономическая зона, которая обеспечивала себя всем необходимым. Одним из первых Мальцев ввел 8-часовой рабочий день, строил дома для рабочих, школы и ремесленные училища, больницы.

В 1813 г. была образована сословная купеческая организация — Московское купеческое общество, затем были образованы купеческие общества и в других городах России. По патентной системе, введенной в 1824 г., для вступления в гильдейское купечество необходимо было иметь начальный капитал. Для I гильдии он равнялся 50 тыс. руб. ассигнациями, для II — 20 тыс. руб., для III — 8 тыс. руб.

В первой половине XIX в. самой влиятельной представительской организацией предпринимателей становится биржа.

В 1816 г. была создана Варшавская биржа, а в 1837 г. — имеющая всероссийское значение Московская биржа, для нее специально было построено здание на ул. Ильинка, перестроенное и модернизированное архитектором А. С. Каминским в 70-е гг. XIX в. Московская биржа имела телеграфное и телефонное отделения и библиотеку. Памятником архитектуры является также и здание Петербургской биржи на стрелке Васильевского острова, построенное в 1805–1810 гг. архитектором Тома де Томоном. К середине XIX в. в России имелось уже 6 бирж, а к 1914 г. их было уже более 90. Биржа являлась посредницей в торговых операциях быстрого перевода капитала из промышленного в денежный и обратно и концентрировала фондовые операции в главных центрах экономической жизни страны.

В начале XIX в. шли поиски новых форм банковской системы. В 1817 г. на основе учетных контор Государственного ассигнационного банка был создан единый Государственный коммерческий банк, который открыл местные конторы в Москве, Архангельске, Одессе, Риге, Астрахани и др. Однако громадные капиталы, сосредоточенные в банке, не использовались для развития предпринимательства и шли на нужды казны. По образному выражению историка И. И. Левина, “банк использовался лишь как сундук для помещения клада”. В 1825 г. Государственный коммерческий банк по инициативе Е. Ф. Канкринна слился с Государственным заемным банком, который осуществлял широкое кредитование помещиков. В первой половине XIX в. действовало 16 городских общественных банков. Кредит осуществляли также ростовщики, бравшие от 12 до 72% годовых. Существовала даже специальная “ярмарочная организация ростовщического кредита”. В первой четверти века возникает уже целый ряд частных банков. Наиболее крупным из них был банкирский дом Штиглица, имевший европейскую известность. Александр Штиглиц был последним придворным банкиром, получившим в 1841 г. международный заем для строительства железной дороги из Петербурга в Москву. Банкирский дом Штиглицев организовал 13 внешних займов, в том числе на 50 млн руб. во время Крымской войны.

1.3. Предпринимательство в России в конце XIX в.

Реформы 60–70-х гг. XIX в. дали мощный импульс развитию экономики и новым движениям в хозяйственной жизни. В новой экономической среде шло формирование торгово-промышленного класса, складывался мощный костяк российской буржуазии, во многом этому способствовала новая юридическая база, подведенная под занятия предпринимательством. Так, промысловый закон 1863 г. закреплял право на свободу предпринимательства, на занятия производственной и коммерческой деятельностью. Согласно закону от 9 февраля 1865 г. приобретение прав купечества становилось доступным всем российским подданным, имевшим соответствующие капиталы. Число гильдий сокращалось до двух, к первой относилась оптовая торговля, ко второй — розничная торговля и фабрично-заводская промышленность. Все это значительно расширило состав предпринимателей за счет различных социальных групп. К началу 80-х гг.

XIX в. общая численность крупной буржуазии колебалась от 800 до 1000 человек, прослойка богатейшего купечества составляла около 50–60 тыс. человек. Ведущая роль в нарождающемся буржуазном предпринимательстве принадлежала дворянству, интересы которого все больше перемещались во внеземледельческие сферы. Постепенно перестраивая свои имения на капиталистический лад, такие помещики становились одновременно владельцами промышленных и торговых предприятий, участниками акционерных компаний, держателями ценных бумаг, владельцами доходных городских недвижимостей и т. д.

Из дворян, вложивших свои капиталы в традиционно словесные отрасли промышленности, дальше всех продвинулись сахарозаводчики. Здесь наблюдается сращивание крупнейших латифундистов и старой русской и польской знати (Барятинские, Долгоруковы, Юсуповы, графы Бобринские, Орловы, Браницкие, Потоцкие, Шуваловы) и новых дворян (Терещенко, Харитоненко) с монополистической буржуазией и банками. Аграрный кризис последней трети XIX в. обогатил сахарозаводчиков. В апреле 1887 г. 171 сахарозаводчик подписал свой первый

синдикатский договор, охвативший 78% производства сахара, что само по себе означало очень высокую степень централизации сбыта. Однако государство не могло допустить перехода в частные руки важнейшего источника государственных доходов. По Закону 20 ноября 1895 г. государство взяло в свои руки регулирование сахарного производства. В казну потекли доходы от косвенного налога (акциза) на продажу сахара.

В начале XX в. насчитывалось 1894 дворянина, владевших в губерниях европейской части России 2092 предприятиями фабрично-заводского типа, среди них было 1644 потомственных дворянина. Довольно распространенным было участие дворянства в акционерном предпринимательстве. В числе учредителей компаний насчитывалось более 150 потомственных и 60 личных дворян. Дворян привлекали также банковские, страховые, ломбардные предприятия и транспортные объединения. В Москве в 1869 г. дворянам принадлежали 2854 дома, которые приносили их владельцам 3300 тыс. руб. прибыли в год.

Гильдейское купечество во II половине XIX в. по существу уже являлось новым социальным слоем — торгово-промышленной буржуазией. Количество торговых предприятий в городах было больше количества промышленных. Наибольшее количество торговых домов приходилось на Москву (1022) и на Петербург (470).

Развитию и росту промышленности и торговли в России способствовала перестройка системы государственных финансов. В 1860 г. был создан Государственный банк, он содействовал кредитами развитию приоритетных отраслей промышленности: металлургической, машиностроительной, сахарной, текстильной, поддерживал частные коммерческие банки. Первым частным кредитным учреждением стало возникшее в 1863 г. Петербургское общество взаимного кредита, во главе его стоял Е. И. Ламантский, который одновременно был управляющим Государственным банком. В 1864 г. открылся первый частный коммерческий банк — Петербургский с капиталом в 5 млн руб., а в 1866 г. был учрежден второй — Московский купеческий с таким же капиталом. В 60–70-е гг. XIX в. ажиотаж банковского

учредительства охватил широкие слои публики. Среди учредителей первых банков преобладали крупные промышленники и торговцы, железнодорожные дельцы.

В 1864 г. капиталы Государственного банка составляли около 278 млн руб., а в 1879 г. капиталы и вклады всех коммерческих банков — 1055 млн руб. Еще быстрее развивались ссудные операции банков. С 80-х гг. в процессе мобилизации капиталов значительную роль играли сберегательные кассы, концентрировавшие мелкие сбережения и направлявшие их в Государственный банк, особенно увеличивалось число сберегательных касс после открытия их при почтово-телеграфных конторах. К 1875 г. в России завершилось создание кредитной системы. Предпринимательство, приобретая крупные размеры, все больше становилось не частным делом, а коллективным, обезличенным. На первый план выходили акционерные общества, товарищества, происходило срастание промышленных и торговых предприятий с кредитными учреждениями. К частным кредитным учреждениям относились также и банкирские дома, которые в отличие от других учреждений коммерческого кредита не были обязаны публиковать балансы. К 1913 г. в России действовало около 300 банкирских домов.

Формирование предпринимательского класса, расширение его торгово-промышленной деятельности неизбежно выдвигали вопрос о создании собственных представительских организаций. Наиболее заметными событиями в этот период являлись общероссийские съезды предпринимателей. Первый “пробный” съезд состоялся в 1865 г. в Москве. В дальнейшем общероссийские съезды приурочивались ко времени проведения торгово-промышленных выставок: в 1870 гг. — в Петербурге, в 1872 и 1882 гг. — в Москве, в 1886 г. — в Нижнем Новгороде.

Более жизнеспособными оказались представительские структуры отраслевого характера — съезды представителей, которые имели постоянно действующие органы. Особенно интенсивно происходило развитие таких организаций в области горной промышленности. Старейшими представительными организациями являлись Съезд представителей акционерных

коммерческих банков (1873), Съезд горнопромышленников Юга России (1874) и др.

Разобщенность провинциального купечества и промышленников способствовала появлению новых бирж как местных организаций представительств этих слоев. Выделялось ядро биржи — биржевое общество, новых членов принимали на общем собрании, а в промежутках между собраниями действовал биржевой комитет. К концу XIX в. происходит не только количественный рост, но и качественные изменения в организации биржевого дела. В широких масштабах стала осуществляться продажа валют, переводных векселей, государственных ценных бумаг, облигаций государственных и железнодорожных займов, ипотечных бумаг. Наибольшим спросом на биржах страны пользовались акции металлургических заводов, коммерческих банков, нефтяных компаний. Впервые появились специализированные товарные биржи. Ведущее положение среди товарных бирж занимали хлебные биржи, так как Россия была первым экспортером хлеба в мире. Первой хлебной биржей была Калашниковская биржа, учрежденная в 1895 г. в Петербурге.

Концентрация и централизация торгового капитала оказали большое влияние на изменение форм и методов внутренней торговли в России. В этом отношении характерна эволюция ярмарочной торговли. С улучшением путей сообщения ярмарки из местных превращаются в межрайонные и даже всероссийские, а отдельные приобретают международное значение. В 1894 г. в стране насчитывалось 15 866 ярмарок. Наиболее крупными были во второй половине XIX в. Нижегородская, Ирбитская, Минская, Меновническая в Оренбургской губернии, Покровская и Крещенская в Харьковской губернии, Макарьевская в Костромской губернии, Киевская и Гомельская. Самой крупной ярмаркой в России была Нижегородская. Основанная в 1817 г., она имела не только всероссийское значение, но и играла определенную роль во внешнеэкономических связях. Особое место среди товаров, продававшихся на этой ярмарке, занимали хлопчатобумажные и льняные изделия, пушнина, изделия из кожи, овчинно-меховые товары, шерстяные ткани, чай, бакалейные товары, рыба и др.

Однако к концу XIX в. ярмарочная форма торговли утрачивает свое значение. Сокращению роли ярмарок способствовало расширение биржевой торговли. В этом процессе огромную роль сыграло расширение сети железных дорог. Например, постройка Сибирской железной дороги позволила сибирским оптовым торговцам перенести закупку и продажу товаров с Нижегородской ярмарки в Москву и другие центры. Еще более отрицательные последствия имело строительство железной дороги для Ирбитской ярмарки. В 1885 г. она осталась в 100 км от построенного участка железной дороги Екатеринбург — Тюмень. В результате снизились ее товарообороты, а затем ярмарка совсем “захирела”.

С развитием капитализма особое место в экономике России занимает кустарная промышленность — мелкая семейная организация производства продуктов на сбыт. Число кустарей в 80-е гг. XIX в. в пять раз превышало число рабочих, занятых в средней и крупной промышленности. Правительственные круги, предприниматели, известные ученые прекрасно понимали, какой мощной силой для развития экономики является кустарная промышленность. Стремлением подчинить ее государственному контролю была вызвана необходимость изучения состояния кустарной промышленности в России. После I Всероссийского съезда фабрикантов и заводчиков была создана комиссия для исследования кустарной промышленности в России (1874–1887). Оказалось, что наряду с мелкими кустарными заведениями, имеющими наемных рабочих, как в промышленности, так и в крестьянских промыслах большое распространение получают крестьянские, городские и другие артели. Так, например, артели бондарей из большого села Утесовки Алатырского уезда состояли из 80–90 человек, они покупали участки леса в 150 десятин, вырубали его, превращали в доски дубовое дерево. Далее артель занималась изготовлением и продажей бочек. Артельные начинания были распространены и в городах. Столярная артель, открытая в 1864 г. в Петербурге, состояла из 12 человек, цель артели — оптовая закупка материалов, прием заказов и сбыт готовой мебели через магазин. Такие же столярные артели суще-

ствовавали в Москве, в Риге. Большое распространение получили женские артели. В Петербурге в 1864 г. была создана артель прачек, а в 1884 г. — брошпоровочная и переплетная мастерские. Из наиболее известных артелей выделялись Павловская артель, изготавливавшая ножи и замки, пользующиеся спросом по всей России. В 1889 г. была создана артель мастеров чугунного литья в селе Людинове, она выпускала лопаты, дверные принадлежности, подсвечники, мебель, детские коляски. Несмотря на свою непрочность, подобные артельные соединения являлись основой для развития и распространения определенных промыслов и так называемой “школой предпринимательства”.

Огромную роль в развитии мелкой кустарной промышленности играло земство. Внимание гласных к кустарной промышленности связано с тем, что в ней виделась альтернатива отходничеству, обескровливающему, по их мнению, сельское хозяйство. В этом видели развитие деревни и земские служащие, с народнических позиций пытавшиеся оградить крестьянскую общину от влияния капитализма извне. В сущности ими и была разработана программа помощи артелям. Главным моментом в организации кустарной промышленности земству представлялась область сбыта, которую оно стремилось очистить от “пут ростовщичества”. Но уже к концу 90-х гг. XIX в. стала очевидной утопичность земских планов быть единственным посредником у кустарей, земские операции составляли менее 1% их торгового оборота.

Интересным явлением в сфере предпринимательства выступала потребительская кооперация. Уже в 60-е гг. XIX в. в России возникли первые кооперативы в городе и деревне. Первое рабочее потребительское общество возникло в 1864 г. на Урале, затем были созданы городские кооперативы среди разночинной интеллигенции: “Первое Рижское потребительское общество”, “Харьковское общество потребителей” и др. Однако развитие кооперативов шло медленно. В 1898 г. был создан Московский союз потребительских обществ (МСПО), который превратился затем в центр кооперации. Особенно быстрыми темпами развивались кредитные кооперативы (ссудно-сберегательные и

кредитные товарищества). В 1897 г. их было 3, а к 1908 г. — уже 2315. Возникновение кредитных кооперативов способствовало получению капитала для первоначального открытия самостоятельного дела.

1.4. Предпринимательство и расцвет капитализма в России в начале XX в. (1900–1917)

Промышленный кризис 1900–1903 гг., разорительная Русско-японская война, события первой русской революции поставили российские власти перед необходимостью взяться за проведение экономических преобразований. Их основу составила программа, предложенная П. А. Столыпиным. Столыпинская аграрная реформа, нацеленная на создание крепких хозяев в деревне, форсировала развитие отраслей промышленности, связанных с сельскохозяйственным производством. Указом от 9 ноября 1906 г. было положено начало выхода крестьян из общины. Отменялись выкупные платежи на землю, активизировалась продажа земли крестьянам на льготных условиях через Крестьянский банк, проводилось переселение крестьян в Сибирь. Однако реформа не дала задуманных результатов. Ее инициатор П. А. Столыпин был убит уже в 1911 г., а непоследовательной государственной власти не удалось ни разрушить общину, ни создать массовый и устойчивый слой крестьян-фермеров. Эффективность реформы могла быть более весомой лишь в случае становления в России парламентаризма и правового государства.

С 1906 г. снова начался подъем промышленного производства в России, достигший наибольшей высоты в 1909–1914 гг. Общая стоимость валовой продукции в стране увеличилась в 2,2 раза. Такое увеличение объема производства за сравнительно короткий срок свидетельствовало о наличии в России больших потенциальных возможностей для развития предпринимательства. Изменения произошли в социальном положении предпринимателей. Положение о промысловом налоге 1898 г.

прерывает связь между получением промыслового свидетельства для промысловых занятий с получением гильдейских купеческих документов. Приобретение гильдейских сословных свидетельств теперь стало добровольным, а на вступление в купечество не требовалось согласия купеческих обществ. Это был важный шаг на пути расширения и консолидации предпринимательского слоя, “третьего сословия”. К началу XX столетия в рыночной экономике России ведущую роль играют ассоциированные структуры — торговые дома и акционерные общества в паевой или акционерной форме. Наибольшее число товариществ вело торговлю мануфактурными и пищевыми товарами. В этот период торговые дома выступали не только как торговое предприятие, но и в качестве торгово-промышленных фирм, непосредственно участвовавших в производстве сырья и изделий. Важнейшей и наиболее ярко выраженной формой монополистической торговли были синдикатные объединения. Приобретая статус торгового объединения, официально действующего от имени всех объединившихся заводов, российские синдикаты использовали различные формы, предусмотренные законодательством. Они легализовались в виде представительных контор, торговых домов, акционерно-паявых компаний. Необходимым условием для учреждения обществ “для продажи”, как и любой акционерно-паявой компании, было особое разрешение правительства. Условия деятельности каждой конкретной компании оформлялись в виде устава.

Чтобы противостоять монопольному повышению цен, многие земские управы осуществляли объединенные закупки сельскохозяйственных машин и инвентаря. В 1908 г. была создана антисиндикатская организация “Железный союз земств”. В противовес ему был создан “Синдикат по производству и сбыту сельскохозяйственных машин и орудий”, объединивший 18 крупнейших фирм, и в результате борьба против земцев закончилась победой синдиката.

Накануне Первой мировой войны и в ее первые годы были созданы концерны Второва, Рябушинского и др., представлявшие объединение банковского, промышленного и торгового капиталов.

История предпринимательской семьи Рябушинских начинается в начале XIX в., когда 16-летний Михаил открыл свою лавку. В 1867 г. его сыновья Павел и Василий Рябушинские открывают в Москве торговый дом в виде полного товарищества “П. и В. Братья Рябушинские”. В 1869 г. они приобретают бумагопрядильную фабрику близ Вышнего Волочка. Эта фабрика стала своеобразной цитаделью экономического могущества Рябушинских. В 1887 г. после смерти брата торговый дом, реорганизованный в “Товарищество мануфактур П. М. Рябушинского с сыновьями”, представлял собой крупную промышленную и банкирскую фирму. При третьем поколении Рябушинских сфера влияния фирмы была значительно расширена за счет новых промышленных и банковских предприятий, торговый дом имел тесные связи с Харьковским земельным банком; после его краха в 1901 г. Рябушинские скупили большинство акций и привели дела в порядок. В 1902 г. был создан банкирский дом Рябушинских. Текстильная фабрика, коренным образом модернизированная в начале века, превратилась в хлопчатобумажный комбинат с замкнутым производственным циклом, не зависящим от колебания цен на рынке полуфабрикатов. Ткани с маркой товарищества сбывались по всей России с помощью сети собственных магазинов. В 1912 г. банкирский дом преобразуется в Московский коммерческий банк, деньги его идут на развитие льнопромышленности. В их руках было сосредоточено 17,5% всех льняных фабрик (в Ржеве, Ярославле, Витебске, Костроме, Вязьме, Смоленске и других городах), объединенных в синдикат “Русское льнопромышленное акционерное общество”, на 80% принадлежавшее Рябушинским. В начале 1917 г. Рябушинские создали общество “Русский Север” для разработки месторождений торфа и производства писчебумажных материалов. На паях с несколькими московскими капиталистами они начали строительство одного из первых в России автомобильных заводов — АМО (ныне ЗИЛ), на котором в 1917 г. был выпущен первый автомобиль. Рябушинские выделялись из своей среды не только деловой хваткой, но и особой предпринимательской идеологией, они не склонны были заниматься грюндерскими операциями и спекуляциями ценными бумагами.

Их банкирский дом находил полезное применение капиталам — будь то развитие льноводства или лесной промышленности или мануфактурное производство. Ощущая себя идеологами национального предпринимательства, Рябушинские стали издавать оппозиционную газету “Утро России”, выходявшую с 1909 г., создали партию “прогрессистов”.

Братья Рябушинские были незаурядными людьми, понимавшими толк в искусстве, в литературе. Федор организовал в 1908 г. на свои средства экспедицию Русского географического общества на Камчатку, Дмитрий был известен своими трудами в области воздухоплавания. Он основал в 1904 г. в семейном имении Кучино Аэродинамический институт; впоследствии, уже в эмиграции, он был избран членом-корреспондентом французской Академии наук. Николай в 1908–1909 гг. издавал литературно-художественный журнал “Золотое руно”. Михаил Рябушинский коллекционировал импрессионистов, Сергей и Степан являлись собирателями древнерусских икон, по их инициативе в 1913 г. была открыта первая публичная выставка икон.

Некоторые русские синдикаты входили в международные монополистические объединения или представляли “дочерние” организации иностранных монополий. Например, монопольное право на изготовление швейных машинок имела американская фирма “Компания Зингер”, а английское торгово-промышленное товарищество “Мюр и Мерилиз”, которому принадлежал крупнейший универмаг в России, осуществляло через розничную сеть продажу машин “Компании Зингер”.

Важную роль в создании монополий в России играли русские банки. Только пять наиболее крупных петербургских банков (Международный коммерческий, Русско-Азиатский, Азовско-Донской, Учетный и ссудный, Русский торгово-промышленный), будучи акционерами разных монопольных объединений, влияли на промышленные предприятия с общим капиталом не менее 70 млн руб.

Накануне Первой мировой войны под эгидой крупнейших банков складываются тресты и концерны. Так, например,

Русско-Азиатский банк был организатором мощной военно-промышленной группы (Общество Путиловских заводов, Товарищество Невского судостроительного и механических заводов и др.) с общим капиталом в 85 млн руб. Эта группа захватила в свои руки все частное производство артиллерии, военных судов и значительной доли производства снарядов, а также под ее опекой происходило трестирование табачной промышленности. Коммерческие банки стремились подчинить себе сельскохозяйственный рынок. Особенно крупные операции производили они по скупке и сбыту хлеба из южных районов страны. Например, из 101 млн пудов хлеба, экспортированного в 1909 г. из Николаева за границу, три банка (Петербургский международный, Северный и Русский для внешней торговли) вывезли 36 млн пудов. Еще в большей степени захватили банки торговлю хлопком. Из 10 млн пудов хлопка, потреблявшегося внутри страны, более 2/3 продавалось промышленниками через посредничество банков Русского для внешней торговли, Азово-Донского, Русско-Азиатского. Многие банки успешно овладели мясным и другими сельскохозяйственными рынками как в центре, так и на окраинах страны. Однако банки кредитовали только сбыт промышленных товаров и реализацию сельскохозяйственной продукции, оставляя без среднесрочного кредита малоконцентрированные отрасли, такие, как лесная, деревообрабатывающая, кожевенная и др.

В годы первой русской революции усилился процесс консолидации "третьего сословия", что объективно выражалось в создании политических и предпринимательских организаций буржуазии. Широчайшее распространение получили различные представительские организации торговцев и промышленников. 30 мая 1905 г. было утверждено Положение о съездах представителей биржевой торговли (между съездами действовал исполнительный орган — Совет съезда представителей биржевой торговли). I съезд представителей биржевой торговли состоялся в Петербурге в ноябре 1906 г., в его работе принимали участие 96 местных биржевых комитетов. В апреле 1906 г. состоялся съезд представителей промышленности и торговли, который также из-

брал Совет. Кроме этих двух крупнейших организаций в России действовало 40 отраслевых съездов. Наибольшее распространение представительские организации получили в горной промышленности, переживавшей эпоху бурного развития и достигшей высокого уровня организации. Именно здесь возникли крупнейшие монополии, которые активно использовали эти организации как орудие своего господства. В ходе первой русской революции возникли союзы работодателей для защиты интересов хозяев против движения пролетариата — Петроградское общество заводчиков и фабрикантов, Московское общество заводчиков и фабрикантов и др.; большое место в их деятельности отводилось выработке общей линии в борьбе против рабочего движения. В годы промышленного подъема организации предпринимателей срастаются с государственным аппаратом, образуя слой “деловой элиты” России. Возможности воздействия монополистической буржуазии на государственный аппарат расширялись благодаря укреплению личных деловых связей с чиновничье-бюрократической средой. Правительство широко вмешивалось в экономическую жизнь страны, шло путем соединения экономического потенциала с военно-политической силой государства.

В годы Первой мировой войны экономика России была подчинена военным нуждам. Изменения коснулись и класса предпринимателей. Внутри него произошла известная дифференциация по размерам доходов. Выдвинулись новые слои предпринимателей. Огромный размах приобрели спекуляция и теневая экономика. В целом, как показали материалы Особого совещания по обороне, из 2290 предприятий на нужды фронта работали 1800. Многие крупные отрасли гражданской промышленности оказались целиком заняты выполнением военных заказов. Производство предметов потребления сократилось с 1913 по 1916 г. на 11,2%. Большой разрыв между спросом и предложением товаров, массовые перебои в снабжении непосредственно отразились на состоянии торговли в стране. Например, в Петрограде торговля ресторанов и трактиров сократилась в 1915 г. на 50–75%, в вино-гастрономических предприятиях — до 25–50%. Понижились объемы оптовой торговли ярмарок.

Трудности производственного снабжения, огромный рост цен на продукты питания активизировали развитие потребкооперации, особенно в центральных районах России. Розничный товарооборот потребительских обществ в системе МСПО составил в 1912 г. 3,5–4% розничного товарооборота страны. Продажа товаров производилась по среднерыночным ценам, хорошего качества. Все это позволяло потребительским обществам зачастую успешно конкурировать с частными предпринимателями, заставляя их снижать непомерно раздутые цены. Кроме того, минимальная прибыль, которой ограничивались потребительские общества, составляла 2,5–3% по сравнению с 7–10% в частной торговле и позволяла продавать товары дешевле. Например, общество “Трудовой союз” в Петербурге (Александровский механический, Обуховский, Семеняковский заводы) в 1907 г. насчитывало 8400 пайщиков и имело 19 лавок в разных районах Петербурга. Когда в 1907 г. началось большое повышение цен, кооператив объявил войну лавочникам и начал продавать товары первой необходимости дешевле, чем частные торговцы. Лавочники вынуждены были уступить. К началу 1917 г. в стране действовало свыше 47 тыс. кооперативов, в которых участвовали 84 млн человек — более половины населения страны. В 1916 г. в Москве был образован Центральный комитет Всероссийского союза кооперативов. Однако правительство пресекало попытки кооперации выйти из-под административного контроля, затягивало утверждение уставов новых организаций. В 1916 г. Государственная Дума одобрила предложенный кооператорами законопроект о свободном порядке открытия кооперативов, но правительство не утвердило его. Лишь Временное правительство приняло 20 марта 1917 г. “Положение о кооперативных товариществах и их союзах”, в котором была введена явочная система открытия кооперативов всех видов. Вместе с тем капитализм не стал в России демократическим. Внутренний социальный потенциал для капиталистической эволюции был очень ограничен, не было широты приобщения населения к различным формам и видам предпринимательства. Российская экономика представляла собой смешанное хозяйство, в котором сочетались различные

силы и достаточно мощное государственное влияние. Своеобразие исторических условий развития страны и было причиной незавершенности капитализации хозяйства России.

1.5. Предпринимательство социалистического периода

Октябрьская революция — это начало нового этапа в социально-экономической жизни страны. Можно с уверенностью сказать, что большевики считали главной задачей уничтожение частной собственности и предпринимательства. Основная часть партийных деятелей была уверена, что когда на смену частной придет общественная собственность, то возникнет возможность управления страной из единого центра по единому хозяйственному плану. Производство будет осуществляться ради удовлетворения потребностей людей, из него уйдет мотив прибыли, а значит, не будет смысла считать затраты. Главное — удовлетворить общественные потребности, а каковы будут издержки — это неважно.

Германская милитаризованная экономика была для многих видных большевиков образцом для подражания. В. И. Ленин писал, что для победы нового строя нужно соединить германскую экономическую систему — это “последнее слово современной крупнокапиталистической техники и планомерной организации” с Советской властью.

Был взят курс на полное уничтожение свободного рынка, а В. И. Ленин дал указание расстреливать спекулянтов на месте преступления.

Тем временем в сельской местности после “Декрета о земле” крестьяне сами создавали земельные комитеты, волостные советы и активно делили помещичьи, удельные, казенные и монастырские земли. Шла конфискация земли и имущества у кулаков.

Следует заметить, что в царской России кулаком называли сельского торговца-перекупщика, занимавшегося скупкой и перепродажей зерна. В. И. Ленин считал кулаками капиталистических предпринимателей в сельском хозяйстве, применявших

наемную рабочую силу. При таком подходе исчезает объективный принцип и все зависит от эмоциональной оценки того, кого следует относить к кулакам. Ленин говорил, что “кулаки — это самые зверские, самые грубые, самые дикие эксплуататоры”.

Справедливости ради следует заметить, что особенности сельского труда заставляли крепкого крестьянина привлекать время от времени наемных работников; в то же время так называемый батрак мог иметь свое хозяйство и на заработанные от подработки деньги нанять плотника для постройки амбара. Но по градации Ленина оба они могли быть отнесены к кулакам.

В результате осуществления Столыпинской реформы число хозяйств, применявших в разных объемах наемный труд, достигло ко времени Октябрьской революции около 3 млн. Они владели 80 млн га сельскохозяйственной земли. На одно такое хозяйство приходилось в среднем примерно 26,5 га земельных угодий, средний же размер остальных крестьянских хозяйств не превышал 2–3 га. В. И. Ленин бил тревогу: “Если кулак останется нетронутым, ... то неминуемо будет царь и капиталист”.

Было дано указание “урезать кулаков”. Для этого были мобилизованы бедняки. Но если учесть, что все желавшие работать получили после Октября землю, то к бедноте в первую очередь относились лодыри, пьяницы, те, кто не желал трудиться. С июня 1918 г. Комитеты бедноты за полгода своего существования реквизировали более 50 млн га земель у кулацких хозяйств, а также все сельскохозяйственные машины, значительную часть рабочего и продуктивного скота. К концу 1918 г. у кулаков осталось 30 млн га земли, т. е. по 8,6 га на хозяйство, а на одно крестьянское хозяйство приходилось уже 15 га.

Таким образом, если в промышленной и финансовой сферах в первые годы Советской власти шло быстрое вытеснение частного капитала, крупных предпринимателей, то в сельском хозяйстве, наоборот, была открыта “зеленая улица” мелкому крестьянскому предпринимательству. Но принципиальная установка на свертывание товарного производства оставалась. А поскольку крестьяне не хотели отдавать свою продукцию даром, то зерно и другие продовольственные продукты приходи-

лось изымать у крестьян по разверстке при помощи специальных продотрядов из вооруженных рабочих. Крестьяне не хотели сдавать хлеб даже под промышленные товары, выдававшиеся при выполнении плана разверстки; немного было и желающих оказать помощь продотрядам, т. е. выявить запасы хлеба у соседей, хотя такие действия материально стимулировались.

Короче говоря, крестьянин никак не хотел проникнуться социалистическими идеалами и стремился торговать, обменивать продукты своего труда. Тогда в феврале 1919 г. вышло в свет “Положение о социалистическом землеустройстве и о мерах перехода к социалистическому земледелию”. По этому документу все виды единоличных хозяйств были объявлены изжившими себя и подлежали замене новыми социалистическими формами хозяйства: совхозами, колхозами, производственными коммунами. Но крестьяне такую установку партии встретили без энтузиазма, в новую жизнь идти не хотели. Несмотря на государственную поддержку совхозов и колхозов, в годы Гражданской войны возникло всего несколько тысяч таких объединений.

Во времена так называемого военного коммунизма, с 1918 по 1921 г., сложились и функционировали различные директивные органы во главе с Советом труда и обороны. Они стремились руководить производством продукции, распределением материальных ресурсов, продовольствия, транспорта и рабочей силы. Так выполнялась вторая программа партии, принятая в марте 1919 г. и ставившая целью “неуклонно продолжать замену торговли планомерным, организованным в общегосударственном масштабе распределением продуктов”. В результате уничтожения реального товарно-денежного обмена, свободы торговли, предпринимательства десятки тысяч тонн дефицитных товаров портились и уничтожались, не дойдя до потребителя. В хозяйстве страны возникли неизбежные рассогласования. Так, на Урале был случай, когда в одной губернии люди ели овес, а в другой — лошадей кормили пшеницей, поскольку местные губернские продкомы не имели права обменивать друг у друга овес на пшеницу. Этот пример привел Л. Д. Троцкий на одном из партактивов, характеризуя состояние дел в экономике.

Результатом государственного регулирования явилось не планомерное и пропорциональное развитие экономики страны, как предполагалось, а полный хаос и анархия. Централизованные плановые задания выполнялись на 5–10%. В 1920 г. по сравнению с 1917 г. добыча угля снизилась в 3 раза, выплавка стали — в 16 раз, производство сахара — в 10 раз. Продовольственный паек заводского рабочего составлял 225 г хлеба в день.

Несмотря на тотальную продразверстку, хлеба и другого продовольствия катастрофически не хватало. В то же время действовали законы рынка: процветала спекуляция. Власть решительно пресекала “мешочничество”, “хлебную спекуляцию” во имя партийной доктрины, выставляла заградительные отряды, устраивала облавы.

В 1920 и 1921 гг. в значительной части зернопроизводящих районов начался массовый голод. Это явилось результатом неурожая и политики “военного коммунизма”, загнавшей экономику в тупик. Нарастала политическая неустойчивость, массовый характер приобретали выступления народа против власти. Вожди революции лихорадочно искали выход из сложившейся серьезной ситуации. В. И. Ленин писал тогда: “Мы рассчитывали — вернее будет сказать, предполагали, без достаточного, впрочем, расчета — непосредственными велениями пролетарского государства наладить государственное производство и распределение продуктов по-коммунистически в мелкокрестьянской стране. Жизнь показала нашу ошибку”. Именно тогда возникла идея перехода к новой экономической политике.

НЭП не означал полного поворота к рыночной экономике. Это была политика некоторой либерализации экономической жизни. На X съезде партии, где речь шла о новом курсе, всячески подчеркивалось, что государственный контроль над экономикой сохраняется. В. И. Ленин и его соратники стояли на своем: свобода торговли неминуемо приведет к реставрации капитализма.

Поэтому были сделаны лишь некоторые послабления частнику: введен продналог вместо продразверстки, разрешены торговля и кустарные промыслы, мелкая промышленность и торговые предприятия были денационализированы и переданы

частникам. Одновременно крупные предприятия (тресты, синдикаты) были переведены на хозрасчет, т. е. вынуждены были учитывать затраты и соизмерять их с результатами. Главным показателем стала прибыльность производства. Получили распространение концессия и аренда.

Результаты такого поворота к рынку сказались очень быстро. В 1922–1923 гг. было заготовлено почти 6 млн т зерна, из них 3,9 млн т — по продналогу, два с лишним млн тонн — путем свободной закупки. В 1923–1924 гг. заготовлено 6,8 млн т зерна, в 1925–1926 гг. — 8,9 млн т, в 1926–1927 гг. — 11,3 млн т. Причем в 1926–1927 гг. натуральный налог был отменен, и приведенные цифры относятся только к свободной закупке. Уже в 1922 г. российский хлеб снова появился на мировом рынке. Снабжение продовольствием в стране устойчиво улучшалось. Развитие рыночных отношений разбудило предпринимательскую жилку в крестьянстве, а ведь оно составляло основную часть населения. В России в то время очень активно шли процессы добровольного объединения крестьян в кооперативы.

В 1925 г. в сельской местности имелось 55 тыс. кооперативов, объединявших 7 млн пайщиков, а к 1929 г. в разные виды кооперативов входило уже свыше 28 млн пайщиков. Практически все более или менее нормально функционировавшие крестьянские хозяйства состояли пайщиками одного или нескольких кооперативов. При этом полностью сохранялись их хозяйственная самостоятельность и юридическая свобода хозяйствования.

Такие отрасли, как хлопководство, льноводство, выращивание сахарной свеклы, почти полностью функционировали на началах кооперативной организации сбыта, снабжения, хозяйствования. В районах молочного скотоводства кооперацией было охвачено до 90% крестьянских хозяйств.

Через кооперацию государственные заготовительные органы закупали до 80% зерна, весь урожай хлопка, льняных волокон, почти всю сахарную свеклу.

В годы НЭПа широко развернулась система контракции как форма встречной торговли промышленными товарами. До 70% тканей, все сельхозмашины, преобладающая часть инвентаря,

молодняк породистого скота и другие товары поступали по договорам контракции через кооперацию. Возродилась и кооперативная обрабатывающая промышленность: маслодельные, сыродельные, табачные, сахарные, консервные предприятия. Их продукция поставлялась не только в госторговлю, но и на внешний рынок. Государство не позволило возродить инвестиционные и коммерческие банки, однако было разрешено образование кредитных товариществ. Они взяли на себя значительную часть кредитного оборота кооперации, а значит, сняли нагрузку с государственного бюджета.

Благосостояние людей в эти годы росло как в городе, так и в деревне. Казалось, что результаты НЭПа — лучший аргумент в споре планового и рыночного начала.

Но хотя В. И. Ленин говорил, что НЭП рассчитан на длительный период, в воздухе витала неуверенность в долгосрочности такого курса. Ведь государство всячески ограничивало частников через политику цен и налогов, не пускало их в ведущие отрасли промышленности, а партийная пропаганда постоянно напоминала, что частник — это только попутчик в деле строительства социализма, но в новом обществе места для него нет.

НЭП был введен для успокоения населения, уставшего от войн и разверсток, начатых еще в 1916 г. Частные предприниматели обосновались там, где государство не могло обеспечить потребности населения. Разбогатев, они не хотели вкладывать деньги в расширение своего дела из опасения за свое будущее. Поэтому они все больше тратили на себя, буквально погрязли в кутежах и роскоши. Разгульное поведение “нэпманов” в те годы показывает, что все они чувствовали неустойчивость и недолговечность своего процветания.

Уже в 1922 г. В. И. Ленин на съезде партии заявил: “Мы год отступали. Мы должны теперь сказать от имени партии: достаточно! Та цель, которая отступлением преследовалась, достигнута. Этот период кончается или кончился. Теперь цель выдвигается другая — перегруппировка сил”.

В том же 1922 г. Советское правительство отказалось платить по дореволюционным займам и несколько ослабить госу-

дарственную монополию внешней торговли. Капиталистические страны, желавшие торговать с Россией и инвестировать в нее капитал, после такого решения Советской власти побоялись сотрудничать с ней. Так Россия в значительной степени лишилась источников внешнего финансирования.

В 1923 г. были установлены государственные цены на предметы потребления, причем на таком уровне, что возник неэквивалентный обмен между городом и деревней в пользу промышленности и в ущерб сельскому хозяйству. Но в обществе сохранялись еще силы, которые выступали за политику здравого смысла. В 1922–1925 гг. шла выработка новой концепции планирования группой специалистов во главе с Н. Д. Кондратьевым, директором Института конъюнктуры. Н. Д. Кондратьев и его соратники составили план развития сельского и лесного хозяйства Наркомзема РСФСР на 1923–1928 гг. Основопологающим принципом плана было признание и развитие всех форм хозяйствования — от единоличных до коллективных. Главным образом план опирался на возможности мелких индивидуальных хозяйств, в то время преобладавших. Предусматривалось формирование крупных хозяйств в Поволжье и на Северном Кавказе по типу американских фермерских хозяйств. Эта концепция, по сути, предвосхитила индикативное планирование, появившееся на Западе. Н. Д. Кондратьев видел в государственном плане по возможности точный прогноз будущего движения народного хозяйства. При этом в экономике предполагалось действие рыночных связей, государственное вмешательство сводилось к минимуму. Наряду с новой концепцией социалистического планирования сохранила свое значение и старая традиционная трактовка единого хозяйственного плана с административными рычагами воздействия на производство и распределение продуктов. При обсуждении контрольных цифр народного хозяйства СССР на 1925–1926 гг. победила концепция административного планирования без включения рыночных механизмов. С этого времени начинается постепенное угасание НЭПа и рост влияния Госплана, партийной и государственной бюрократии. 24 марта 1926 г. Совет труда и обороны принял решение о разработке пятилетних планов. По

сути, это были планы для государственного сектора экономики. Но где было взять средства для намеченного рывка в индустриализации страны?

Между тем частный сектор демонстрировал все возрастающую эффективность. Парадоксом выглядело то, что накопленные средства предприниматели (в значительной степени это были крестьяне) не могли инвестировать в собственное производство. Существовали ограничения на сделки государственной промышленности с частным сектором, промышленность была маломощной и не могла дать достаточно средств производства.

Все, что нам известно теперь о НЭПе, свидетельствует, что этот период не был триумфом частного предпринимательства, как принято изображать в нашей прессе. В действительности НЭП — это боязливая попытка Советской власти решить свои проблемы за счет частника, не давая ему свободно дышать и развиваться, всячески урезая и ограничивая его, демонстрируя ему, “кто в доме хозяин”. В 1928 г. доля частного капитала в промышленности была всего около 18%, а в торговле — около 24%. К 1928 г. страна так и не достигла уровня 1913 г. в производстве основных видов питания.

Немаловажно и то, что в последние годы НЭПа настолько расцвела коррупция среди государственных служащих, что надо было предпринимать какие-то меры. В стране, где всегда было сильно государство и чиновничество, бюрократия в те годы получила новый импульс развития, так как именно она давала разрешения и льготы частнику, распределяла “государственный пирог”. Реальная жизнь все дальше уходила от социалистической идеи. На этом фоне многие партийные деятели высказались за перелом в политике, за возврат к “чистоте марксистско-ленинского учения”.

Все эти причины привели к тому, что в конце 20-х гг. XX в. власти полностью отказались от рыночных отношений и перешли к тотальным административно-командным методам воздействия на экономику. С 1927–1928 гг. начинается новое наступление Советской власти на предпринимателей, и прежде всего в деревне.

В те годы удельный вес колхозов в общем объеме валовой продукции сельского хозяйства был невелик — всего 2%. Крестьяне не хотели вступать в колхозы, несмотря на пропаганду и оказание коллективным хозяйствам материальной помощи. В основе ленинского кооперативного плана 1923 г. лежали принципы добровольности и постепенности.

К 1928 г. эти принципы были полностью пересмотрены. Началось тотальное наступление на сельских предпринимателей. Во-первых, Сталин дал указание применять по отношению к крестьянам, задерживающим продажу хлеба государству, статьи Уголовного кодекса о спекуляции. Но если учесть, что в 1926—1927 гг. были существенно снижены закупочные цены на хлеб и повышены цены на сельскохозяйственные машины, а также увеличены налоги на зажиточных крестьян, то нетрудно понять, почему начали возникать затруднения с заготовками хлеба.

Во-вторых, было запрещено возвращать земельные наделы и имущество крестьянам, пожелавшим выйти из колхоза.

В-третьих, в мае 1929 г. было опубликовано постановление СНК СССР о признаках кулацкого хозяйства. Теперь к кулацким хозяйствам могли быть отнесены не только те, которые применяли наемный труд, но и хозяйства, имеющие машины с механическим двигателем, крупорушки, мельницы, шерстобитки, постоянно или временно сдававшие внаем помещения и машины, занимавшиеся торговлей, посреднической деятельностью. В результате подавляющее большинство крестьян в одночасье перекочевало из разряда мелких и средних в разряд кулаков со всеми вытекающими последствиями. Кулаки были объявлены классовыми врагами, подвергнуты репрессиям. Их хозяйства были разорены, имущество конфисковано.

Сталин неоднократно повторял, что в деревне зажиточных крестьян около 5%, особо богатых — 2–3%. Так и устанавливались планы (!) по раскулачиванию: примерно 2–3% хозяйств по каждой деревне. Но негласно началось соревнование среди партийных руководителей. Раскулачивали по 10–15% крестьянских дворов, а кое-где и по 20%.

Всего было ликвидировано более 3 млн индивидуальных хозяйств. Если учесть, что в то время крестьянская семья насчитывала не менее 7 человек, то под репрессии попало более 20 млн человек. Они были изгнаны со своей земли, потеряли имущество. С Северного Кавказа, где крестьяне оказали яростное сопротивление, в 1932 г. было переселено на север страны население нескольких станиц. Большинство же раскулаченных было отправлено на Северный Урал и в Северо-Восточную Сибирь. Их заставляли валить лес, добывать руду. Жили они в шалашах и бараках, гибли от недоедания, болезней, непосильной работы. Очень немногие через десятилетия вернулись обратно, к нищенской жизни в селе.

На Украине, Дону, Кубани, в Поволжье, на Южном Урале и в Казахстане к зиме 1932–1933 гг. разразился голод. Люди умирали целыми деревнями. Голодающие пытались пробраться в смежные области России и Белоруссии. По указанию Сталина и Молотова на административных границах против них были выставлены заградительные отряды, их ловили и возвращали обратно на верную смерть. Люди ели траву, древесную кору, конскую упряжь, лошадей, собак. Некоторые источники утверждают, что были случаи людоедства и трупоедства. По различным оценкам, от голода тогда погибло от 4 до 10 млн человек. И все это было названо **коллективизацией**.

Наряду с разгромом товарного производства в деревне быстро уничтожались кустарная промышленность и частная оптовая торговля. Частник не мог больше получить банковский кредит, непомерными стали налоги. К 1933 г. удущение частного предпринимательства в городе и деревне было завершено.

Был взят курс на развитие крупных форм производства в сельском хозяйстве и промышленности, на фондовое распределение ресурсов. В 30-е гг. XX в., когда ускоренными темпами развивалась промышленность, основные фонды выросли в два раза, а фондоотдача снизилась, расход материалов на единицу продукции возрос. Все это свидетельствовало о снижении эффективности экономики.

Уже тогда начала формироваться отраслевая структура производства, направленная не на повышение жизненного уров-

ня, а на усиление военной мощи. Основной объем капитальных вложений стал направляться на развитие приоритетных отраслей, главным образом в оборонную промышленность и связанные с ней машиностроение, добычу руды, энергетику. А производство товаров народного потребления стало хронически отставать от нужд общества.

Сформировалась дисциплина подневольного труда, основанная на репрессиях и страхе. С 1938 г. были введены наказания за опоздания, с 1940 г. никто не мог по своей воле поменять место работы. Нарушение этого закона каралось тюрьмой. Тюремное наказание полагалось за прогулы и опоздания на работу.

Вполне естественно, что при таких условиях не было никакого экономического роста, а в ряде отраслей в конце 30-х гг. XX в. наблюдался спад производства, росла техническая отсталость. Налицо была картина экономического кризиса. Но тут началась война, которая “спасла” социалистическую экономику. Недаром административные методы называются командными. В чрезвычайных условиях социалистическая плановая экономика действует очень эффективно, так как позволяет сконцентрировать все усилия на одном направлении.

Во время войны был ослаблен государственный контроль за частником. Сразу оживились колхозный рынок и мелкое кустарное производство. Эти скромные проявления предпринимательства и рыночных отношений помогали людям выживать, обеспечивать себя самым необходимым.

После войны, несмотря на то что среди экономистов и государственных деятелей оставались сторонники допущения рыночных отношений под государственным контролем, партийная верхушка взяла курс на свертывание товарного производства. У сельских жителей были отняты “незаконно” вовлеченные в индивидуальный хозяйственный оборот в годы войны земли и возвращены колхозам. Колхозникам запрещалось держать мелкий домашний скот, были увеличены налоги на доходы от колхозного рынка.

К 1949 г. положение колхозников значительно ухудшилось. Вместо экономических методов были задействованы админи-

стративные: ужесточение дисциплины, меры, затрудняющие выход из колхозов. Колхозники не имели паспортов, и свободное перемещение по стране для них было невозможно. Преобладала натуральная оплата труда (“за палочки”, которыми отмечались отработанные в колхозе дни), отсутствовали пенсии. Это еще более снизило производительность труда в сельском хозяйстве и ухудшило положение в потребительском секторе экономики.

В первые годы Советской власти зажим рынка вызывал сопротивление, явное и скрытое. Но постепенно предприниматели стали приспосабливаться к новым условиям. Так возникла и укрепилась структура, параллельная официальной экономике, использующая ее слабости, заполнившая все наиболее прибыльные “ниши” в хозяйственном обороте, — “теневая экономика”, т. е. экономическая деятельность, не учитываемая официальной статистикой и не попадающая под налогообложение.

В социалистической экономике всегда был дефицит товаров народного потребления, так как приоритетное развитие получили отрасли тяжелой промышленности. Правда, после смерти Сталина пришедший к власти Г. М. Маленков провозгласил курс на ускоренное развитие легкой промышленности, производство товаров народного потребления. Но этот курс был вскоре свернут под напором директоров крупных предприятий. Тогда, в 50-е гг. XX в., началось производство дефицитных товаров в подпольных цехах. Получили распространение и сверхурочные работы на неучтенном (“левом”) сырье в цехах госпредприятий. Полученная прибыль вновь инвестировалась в производство в том же цехе или использовалась для развития новых выгодных сфер приложения капитала. А выгодными были все области деятельности, имеющие выход на потребительский рынок.

Теневое предпринимательство не могло обходиться без содействия государственных органов. Нужны были машины, сырье, оборудование. Для того чтобы получить лимитированные фонды, предприимчивые люди подкупали работников Госплана и Госснаба. Нужен был сбыт — и за определенную мзду находили лазейку для реализации подпольной продукции в государственной торговле. Нужно было давать взятки даже контролерам из

ОБХСС, работникам правоохранительных органов и местных органов власти. Шаг за шагом теневое предпринимательство стало переходить от платы различным государственным и партийным функционерам за разовые конкретные операции к выплате постоянного содержания, доли от своей прибыли. Постепенно сформировались прочные деловые связи теневиков со структурами власти.

70–80-е гг. XX в. — это расцвет теневой экономики. Целые отрасли народного хозяйства — заготовка и переработка хлопка, местная и легкая промышленность, бытовое обслуживание населения, государственная торговля и общепит — были в значительной степени вовлечены в теневую экономику.

Причины существования теневого бизнеса следует искать в том, что административно-командная система не в состоянии сбалансировать отраслевую структуру экономики, обеспечить соответствие производства и платежеспособного спроса. Социалистическое планирование постоянно порождало нестыковку госзаказов и их ресурсного обеспечения. Однако плановые задания и в промышленности, и в торговле надо было выполнять любой ценой, иначе можно было лишиться руководящего кресла.

Торговля из сферы обмена превратилась в сферу распределения дефицита. За нужные товары люди платили суммы, в 2–3 раза превышающие государственную цену. В спекуляции, этом криминальном явлении, все же можно увидеть уродливое проявление действия объективных экономических законов, которые прокладывают себе путь, несмотря ни на какие преграды. Неудовлетворенный платежеспособный спрос обязательно рождает предложение: всегда найдутся предприимчивые люди, желающие заработать на дефиците. “Черный” рынок в Советском Союзе, в отличие от цивилизованных стран, удовлетворял не какие-то пристрастия и пороки (вроде наркотиков и казино), а насущные повседневные потребности людей в одежде, обуви и даже книгах. Таким образом, он являлся экономическим инструментом, компенсировавшим нехватку жизненно важных товаров.

В отличие от плановой теневая экономика была по-настоящему рыночной, конкурентной системой. Поэтому у нее

на вооружении были все достижения маркетинга, армия изобретателей и рационализаторов, не нашедших применения в “светлой” экономике. Теневики чутко реагировали на все изменения платежеспособного спроса по группам населения, стремились воплотить достижения научно-технического прогресса и веяния моды. В результате теневая экономика сформировалась как целостная система производства, распределения и обмена, которая сама себя воспроизводила на расширенной основе. Она существовала параллельно с легальной экономикой, восполняя негибкость, несбалансированность, нерентабельность созданного государством экономического “монстра”.

Существует мнение, что теневая экономика к тому же в значительной степени гасила инфляционные тенденции в советской хозяйственной системе, так как, во-первых, сокращала разрыв между растущим платежеспособным спросом (особенно в 70-е гг. XX в., когда в страну хлынули нефтедоллары) и неадекватным предложением со стороны государственного производства, а во-вторых, часть баснословных прибылей теневого бизнеса уходила в тезаврацию (переводилась в драгоценности), а то и просто закапывалась в саду на даче, выпадая из реального денежного оборота.

Вместе с той положительной ролью, которую играло теневое предпринимательство в советское время, нельзя не сказать о том, что подпольная рыночная экономика неизбежно приобретала криминальный характер. Но самое страшное, что теневая экономика постепенно начинает срастаться с организованной преступностью. Первоначально под угрозой насилия, похищения детей теневики вынуждены были отчислять часть своих доходов лидерам преступных групп. Затем в результате компромисса произошло сращивание этих сил. Теневики стали использовать профессиональных преступников для устранения конкурентов, контроля за соучастниками, нелегального сбыта продукции. Предприниматели стали привлекать уголовных преступников для своей охраны, брать в ссуду деньги для срочных нужд у “воров в законе” под большие проценты.

Положение усугублялось тем, что в 60-е гг. прошлого столетия в связи с провозглашением курса на строительство комму-

низма было объявлено, что все преступные группировки в нашей стране уничтожены. В результате борьба с организованной преступностью на долгие годы была свернута.

В конце 70-х — начале 80-х гг. XX в. в советском обществе полностью оформилась система, включающая в себя теневую экономику, организованную преступность и представителей всех ветвей власти. Настоящих, легальных предпринимателей эта система не терпела. Уже в годы перестройки стало известно о судьбах тех, кто в рамках социалистической законности умудрялся применять новые методы организации труда и на этой основе повышать благосостояние своих работников.

В начале 80-х гг. XX в. финансовыми органами были зарегистрированы 65 тыс. граждан, занимавшихся кустарно-ремесленными промыслами. Наиболее распространенными видами кустарно-ремесленной деятельности были пошив и ремонт одежды, вязание, изготовление головных уборов, плотницкие и столярные работы, фотоуслуги, машинопись, транспортные услуги. Этими видами работ занималось 70% индивидуальных. Было зарегистрировано также 3,5 тыс. человек, занимавшихся частной практикой — врачебной, зубопротезной, адвокатской, репетиторством, руководством кружками. Еще 152 тыс. человек были зарегистрированы как лица, сдающие внаем жилье. Все эти виды индивидуальной трудовой деятельности компенсировали плохое качество услуг в государственном секторе, недостаток жилья и были полезны обществу. Тем не менее при различных ставках налогообложения разных групп частных средняя ставка составляла 25%. Для такого незначительного по объему производства налоговый пресс был очень силен, что свидетельствовало о незаинтересованности государства в развитии такого рода предпринимательства. К тому же за частниками зорко следили, чтобы их доходы не превысили норму, чтобы они не обогатились.

Вполне естественно, что индивидуалы широко практиковали дачу взяток должностным лицам, чтобы откупиться от их пристального внимания. Значительная часть предпринимателей-одиночек уходила в “тень”, не желая отдавать государству свои

кровно заработанные деньги. По всей стране летом на строительстве дач и коровников трудились бригады “шабашников” преимущественно из инженеров и студентов. “Левые” заработки во внерабочее время были распространенным явлением среди медицинских сестер, санитарок, врачей, парикмахеров, таксистов, преподавателей. Сколько сдавалось жилья втайне от налоговых органов, можно только предполагать. Особенно распространена была сдача жилья внаем в Крыму и на Черноморском побережье Кавказа, куда летом приезжало около 300 тыс. неорганизованных курортников. Многие тамошние семьи жили в основном за счет этого.

Следует вспомнить, что в 80-е гг. XX в. предприимчивые частники занимались выращиванием цветов, ягод, ранних овощей на продажу. Было немало и тех, кто разводил птицу и пушных зверей (нутрию, норку) в своем приусадебном хозяйстве.

Чаще всего эти полезные обществу виды деятельности осуществлялись тайком. На колхозном рынке царствовали перекупщики с фиктивными справками из колхозов. Они и близко не подпускали к рынку настоящих колхозников со своей продукцией. Милиция гоняла старушек с пучками молодой зелени. Время от времени правоохранительные органы, получив указание сверху, начинали кампанию по разгрому теплиц и замеру дачных домиков на приусадебных участках. Все это громогласно называлось “борьбой с нетрудовыми доходами”.

Весь опыт развития экономики в советский период свидетельствует о том, что власти неуклонно осуществляли курс на уничтожение частной собственности и свободных рыночных отношений. Но человеческая смекалка, предприимчивость все равно проявлялись в самых разнообразных, порой уродливых формах. Предпринимательство играло важную экономическую роль, компенсируя недостатки социалистической экономики, помогало осуществлению объективных экономических законов, снимало кризисные явления и социальную напряженность в обществе. Всем своим существованием оно продолжало доказывать, что единственно разумной, наиболее соответствующей потребностям людей является конкурентная рыночная экономика.

1.6. Кооперация 90-х гг. и новый этап развития предпринимательства в конце XX в.

По мере углубления и развития рыночных отношений в России значительно возрастает роль кооперации, создающей новые, более мощные производительные силы, которые многократно сокращают время достижения конечного результата — возрождения экономики страны за счет не только снижения, но и умножения скооперированных сил.

В начале современных экономических реформ с кооперацией были связаны и надежды, и тревоги большинства населения нашей страны. Многие увидели в кооперации ту силу, которая может укрепить социальную сферу, покончить с дефицитом товаров и устранить губительную уравнилительность. Тревоги вызвала неопределенность, связанная с коренными изменениями сложившегося за долгие годы образа жизни целого поколения людей.

Кооперативное предпринимательство в России с 1988 г. было первым либерализовано, коммерциализировано и разгосударствлено. Поэтому оно стало своеобразной моделью, на которой апробировались не только специфические кооперативные принципы хозяйствования, но и общие подходы к построению рыночной экономики в стране. С принятием закона о кооперации (1988) завершился очень важный, переломный этап в ее развитии и начался новый период возрождения кооперативов как полноправного звена единого народнохозяйственного комплекса. Кооперация стала рассматриваться как объективно необходимая часть, органически присущая национальной экономике и общественному укладу в целом.

Особая роль предпринимательства в укреплении отечественного производства вытекает из самой природы этого процесса, который порождает новую производительную силу, присущую лишь совокупному работнику. Эта сила отличается от простого сложения производительности труда индивидуальных производителей. Дело в том, что скооперированные системы представляют собой не суммативное, а организованное целое,

или единство. Именно оно и обладает новыми эмерджентными свойствами, которые полностью не сводятся к свойствам составных частей и не равны их сумме. Они создают новую производительную силу, которая превышает механическую сумму изолированных результатов. Этот эффект можно назвать естественным, как бы даровым, не требующим явных дополнительных затрат средств участников кооперации, что было замечено еще более 100 лет назад.

Кооперация существенным образом изменяет и расширяет мотивацию поведения людей в процессе экономической деятельности.

Во-первых, в кооперации гармонически совмещаются функции собственника, работника и управляющего, что позволяет соединить личные, коллективные и общественные интересы, исходя из необходимости обеспечения заинтересованности отдельного человека в успехе кооперативной формы хозяйствования, а коллективов — в экономической устойчивости всего общества, и равным образом в обратной последовательности. Она делает человека реальным хозяином производства, раскрывает его духовные силы и творческий потенциал.

Во-вторых, кооперация принципиально строится, как известно, на подлинно демократической основе: каждый пайщик, уполномоченный потребительского общества имеют один голос при принятии решения общим собранием потребительского общества, собранием пайщиков кооперативного участка, потребительского общества (п. 5 ст. 18 Закона РФ от 19 июня 1992 г. № 3085-1 “О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации”). Основные решения принимаются на общем собрании большинством голосов.

В результате в кооперации исключается отчужденность труда, а демократический порядок принятия решений усиливает личные стимулы к труду, повышает его качество и общую заинтересованность в конечных результатах.

В-третьих, кооперация является важнейшей общественной формой проявления экономической самостоятельности и твор-

ческой активности людей, что способствует развитию малого бизнеса, прямо ориентированного на рынок.

Эти особенности кооперативной системы хозяйствования формируют ее существенные преимущества как распространенной формы предпринимательской деятельности, доступной широким слоям населения.

Кооперация в переводе с латинского означает сотрудничество, совместное участие людей в одном и том же или в разных, но связанных между собой процессах труда. Непосредственное взаимодействие людей для достижения одного и того же результата составляет сущность простой кооперации. Наиболее общими признаками являются:

- общие цели и мотивы деятельности участников кооперации;

- единство предметов труда и однородность средств труда;

- общность рабочего места и одновременность действий всех участников скооперированного труда;

- выполнение одной и той же операции всеми участниками;

- однотипность отношения к труду и общая материальная заинтересованность и ответственность за конечные результаты труда.

Сложная кооперация, сохраняя признаки исходной, основывается на разделении труда и проявляется в технологических и экономических связях между различными видами труда. Она лежит в основе всех систем хозяйствования, в том числе и рыночной экономики.

Научное понимание кооперации определяется причинно-следственными связями и комбинацией различных форм общественной организации производства (специализация, концентрация, интеграция, комбинирование, диверсификация).

В реальной действительности те или иные формы организации обычно не существуют в чистом виде, самостоятельно, отдельно друг от друга, а слиты воедино. В совокупности они создают целостность, характеризующуюся взаимодействием и субординацией, изменяющимися в ходе научно-технического прогресса.

Объективной основой развития кооперации является общественное разделение труда, или специализация. Единство их в том, что как кооперация, так и специализация в своей основе имеют один общий признак — одновременность совместной деятельности людей и существование различных видов труда. Между кооперацией и специализацией существует зависимость причины и следствия, где причина (специализация) сначала порождает следствие, а потом сама оказывается под его влиянием. В процессе взаимодействия причина и следствие, как известно, утрачивают свои отличительные признаки.

Кооперативное предпринимательство в современной России стало интенсивно развиваться с 1987 г.

В начальный период около 85% реализованной кооперативами продукции приходилось на четыре вида кооперативов: по производству товаров народного потребления, бытового обслуживания, общественного питания, заготовки и переработки вторичного сырья.

Структура кооперативного предпринимательства стала постепенно переориентироваться во многом на обслуживание предприятий и организаций. В результате стала преобладать доля услуг. В то же время доля промышленного производства и сельского хозяйства в продукции кооперативного сектора снизилась до 30%, а доля отраслей по оказанию услуг и выполнению работ возросла до 70%.

В 1990–1991 гг. многие кооперативы были преобразованы в другие организационно-правовые формы предпринимательской деятельности — чаще всего в товарищества, а затем в общества с ограниченной ответственностью или закрытые акционерные общества.

Развитие кооперативного предпринимательства на первом этапе социально-экономических реформ в России позволило:

- восстановить роль товарно-денежных отношений и рынка, которые стали преобладающей формой отношений товаропроизводителей с потребителями;

- улучшить насыщение рынка товарами и услугами, поддерживать равновесие между спросом и предложением;

□ создать действенные формы стимулирования предпринимчивости и конкуренции в сфере производства, торговли и обслуживания населения;

□ начать формирование многоукладной экономики за счет умножения кооперативной и частной собственности граждан;

□ углубить процессы демократизации в обществе и предоставить людям возможность выбора сферы деятельности.

В то же время достаточно четко проявились и недостатки кооперативной формы предпринимательства.

Во-первых, в кооперативах могут превалировать интересы текущего потребления в ущерб инвестированию средств в развитие производства.

Во-вторых, сохраняется вероятность существенного ограничения прав предпринимателя, вложившего значительную часть средств в кооператив, поскольку каждый участник имеет один голос независимо от размера пая.

Эволюция предпринимательства была достаточно сложной, на ее пути можно выделить следующие этапы.

I этап — зарождение. Предпринимательство зародилось в Киевской Руси в торговой форме и в виде промыслов. На Западе предпринимательство возникает несколько раньше и развивается более активно. Сильнее были выражены этапы становления и бурного роста. Значительно раньше Запад вступил в период стабильного развития, который продолжается и в наше время.

II этап — становление. При Петре I наибольшее развитие получила производственная деятельность, а вместе с ней и производственное предпринимательство. Создавались мануфактуры, развивались горная, оружейная, суконная, полотняная отрасли промышленности.

III этап — бурный рост. В связи с отменой крепостного права в 1861 г. наблюдалось развитие индустрии: велось строительство железных дорог, развивалась тяжелая промышленность, рос объем ввоза иностранного капитала.

IV этап — стабильное развитие. В 90-е гг. XIX в. окончательно сложилась индустриальная база предпринимательства, и к началу XX в. оно стало массовым явлением в России. В этот период пред-

приниматель сформировался как собственник, и поэтому получила развитие акционерно-паевая форма предпринимательства.

V этап — ликвидация. Начиная с 1917 г. в России ликвидировались рыночные экономические связи, осуществлялась национализация предприятий, экспроприация имущества и средств производства.

VI этап — оживление. В период новой экономической политики 1921–1926 гг. (НЭП) в экономике страны наблюдалась оттепель, а вместе с ней и оживление предпринимательской деятельности.

VII этап — повторная ликвидация. К 30-м гг. XX в. предпринимательство сворачивалось.

VIII этап — реанимация. В 90-е гг. XX в. с выходом законов РФ “О собственности в РСФСР” (1990) и “О предприятиях и предпринимательской деятельности” (1990), которые в настоящее время утратили силу, начался новый этап развития предпринимательства и построения экономических отношений.

IX этап — возрождение. В настоящее время создаются благоприятные условия для развития предпринимательства. В частности, был принят Федеральный закон от 24 июля 2007 г. “О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации”.

Контрольные вопросы

1. Особенности предпринимательства на Руси в X–XVII вв.
2. Основная суть реформ Петра I на Руси.
3. Взаимосвязь и характерные черты купечества и предпринимательства на Руси.
4. Предпринимательство в начале XX в.
5. Кто такой кулак? Почему Ленин его называл “самым грубым и самым диким эксплуататором”?
6. В чем состоит роль кооперации в укреплении государственной собственности?
7. Почему теневой бизнес процветал в период строительства социализма?
8. В чем роль кооперации в 90-х гг. XX столетия как посредника переходного периода от социалистических принципов управления к рыночным?
9. Эволюция предпринимательства в России и за рубежом.

Глава 2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ И РАЗВИТИЕ

2.1. Понятие и сущность предпринимательства

В рыночной экономике встречаются и действуют различные люди со своими целями, задачами, с определенными типичными поступками и характерными чертами поведения. Среди них наиболее активной фигурой является предприниматель. Кого же мы называем предпринимателем? Каковы его характерные черты и особенности социально-экономического портрета? Экономическая теория на эти или подобные вопросы пока не дает, к сожалению, четкого и достаточно убедительного ответа, а такой ответ важен как для теории, так особенно и для практики. В разных странах приняты и действуют специальные законы о предпринимателях, создаются клубы и союзы предпринимателей, формируются фонды в поддержку предпринимателей, проводятся многие другие мероприятия по регулированию предпринимательской деятельности. Ясно, что без четкого ответа на вопрос, кого можно и нужно считать предпринимателем, целенаправленная деятельность в их поддержку, в том числе законодательная, не может быть успешной.

Слова “предприниматель” и “предпринимательство” являются производными от слова “предпринять”, сделать что-либо — создать, организовать, наладить, заключить сделку, вступить в соглашение и т. п. В широком значении этого слова предпринимателем в обыденной жизни часто называют человека, который что-либо предпринимает (создает, организует и т. п.), т. е. действует в соответствии с намеченной целью в интересах получения (достижения) конкретных конечных результатов.

В некоторых работах по экономической теории предпринимательство неправомерно отождествляется со способностями к предпринимательству. Так, экономисты-теоретики США Кэмпбел Р. Макконнелл, Стэнли Л. Брю в своей книге “Экономикс: Принципы, проблемы и политика” пишут: “Предпринимательская способность — способность человека использовать определенное сочетание ресурсов для производства товара, принимать последовательные решения, создавать новшества и идти на риск”¹.

Подобные определения не помогают уяснить сущность предпринимательства, понять его место и действительную роль в хозяйственном механизме, а также те функции, которые оно призвано выполнять и действительно выполняет в жизни.

Предпринимательство — это не только способность, а прежде всего деятельность. Конечно, без определенной способности никакой деятельности не бывает. Однако, как правильно замечал К. Маркс, “способность к труду еще не означает труд, подобно тому, как способность переваривать пищу вовсе еще не совпадает с фактическим перевариванием пищи”.

Понятия “предприниматель” и “предпринимательство” в современном смысле впервые употребил английский экономист конца XVII — начала XVIII в. Р. Кантильон. Он высказал мнение, что предприниматель — это человек, действующий в условиях риска. Источником богатства Кантильон считал землю и труд, которые и определяют действительную стоимость экономических благ.

Позже французский экономист Ж.-Б. Сэй в книге “Трактат по политической экономии” (1803) сформулировал определение предпринимательской деятельности как соединение, комбинирование трех классических факторов производства — земли, капитала, труда. Он указывал также, что “талант английских предпринимателей” был одним из факторов успеха развития промышленности Англии. Основной тезис Сэя состоит в признании активной роли предпринимателей в создании продукта.

¹ Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. — М.: Республика, 1992.

Доход предпринимателя, по мнению Сэя, является вознаграждением за его труд, способность организовать производство и сбыт продукции, обеспечить “дух порядка”. Предприниматель, указывал он, — это лицо, которое берется за свой счет и с риском для себя произвести какой-нибудь продукт.

К сожалению, основатели классической школы политической экономии не очень интересовались фигурой предпринимателя. Предпринимательская деятельность не стала предметом их научного анализа. А. Смит и Д. Рикардо представляли экономику как саморегулирующийся механизм. В таком механизме творческому предпринимательству не находилось места. Вместе с тем в своем основном труде “Исследование о природе и причинах богатства народов” (1776) Смит уделил внимание характеристике предпринимателя. Предприниматель, по мнению Смита, являясь собственником капитала, ради реализации определенной коммерческой идеи и получения прибыли идет на риск, поскольку вложение капитала в то или иное дело всегда содержит в себе элемент риска. Предпринимательская прибыль и есть, по мнению Смита, компенсация собственника за риск. Предприниматель сам планирует, организует производство, реализует выгоды, связанные с разделением труда, а также распоряжается результатами производственной деятельности. Книга А. Смита была опубликована в том же году, что и Декларация независимости США, — в 1776-м. По мнению Р. Хайлбронера, Л. Тароу и других экономистов, трудно сказать, какой из этих двух документов имеет большее историческое значение. Декларация, они считают, прозвучала как призыв к созданию общества, основанного на “жизни, свободе и стремлении к счастью”. В труде же Смита объяснялось, как именно такое общество должно работать.

Все участники рынка, пишет Смит, подгоняются стремлением “сделать деньги” для себя, “улучшить свое положение”. Каким же образом рыночное общество не позволяет заинтересованным только в себе, жадным только до наживы людям грабить своих сограждан? Может ли на такой опасной антисоциальной основе выработаться нормальное социальное устройство?

Смит отвечает на этот вопрос положительно. Он знакомит нас с центральным механизмом рыночной системы — механизмом конкуренции. Каждому, говорит он, помышляющему лишь об улучшении своего положения, противостоит на рынке толпа людей с аналогичным стремлением. В результате каждый действующий субъект на рынке вынужден принять цены, предложенные конкурентами. При такой конкуренции, утверждает Смит, производителю, который попытается запросить больше, чем производители аналогичной продукции, трудно будет найти покупателя. При этом хозяин (предприниматель), которому хотелось бы заплатить работнику меньше, чем его конкуренты, не сможет найти таких работников. Таким образом, рыночный механизм дисциплинирует всех участников рынка.

Смит показывает, что рынок выдает те товары, которые желает получить общество, и в том количестве, которое требуется этому обществу. Таким образом, подтверждается, что рыночная система — могучая сила, обеспечивающая регулярное снабжение общества всем необходимым, а также что эта система саморегулируется. Следует отметить, однако, что, поскольку рынок саморегулируется, Смит был против государственного вмешательства в дела конкуренции и прибыльности. По мнению Смита, рыночная система, предоставленная самой себе, будет расти, и богатство нации, у которой есть эта система, будет постоянно увеличиваться.

Рикардо видел в капитализме абсолютный, вечный, естественный способ производства, а предпринимательскую деятельность рассматривал в качестве обязательного элемента эффективного хозяйствования. В основу экономической теории К. Маркса легло представление о предпринимателе как о капиталисте-эксплуататоре.

И лишь на рубеже XIX–XX вв. начинается осознание значения и роли института предпринимателя и предпринимательства. Французский экономист А. Маршалл первым добавил к упомянутым выше трем классическим факторам производства (земля, капитал, труд) четвертый — организацию. С этого времени понятие предпринимательства расширяется, как и придаваемые ему функции.

Американский экономист Дж. Б. Кларк несколько видоизменил “триединую формулу” Сэя. По его мнению, в процессе производства постоянно участвуют четыре фактора: 1) капитал; 2) капитальные блага — средства производства и земля; 3) деятельность предпринимателя; 4) труд рабочего. При этом каждому фактору должна быть вменена специфическая доля производственной выручки: капитал приносит капиталисту процент; капитальные блага — ренту; предпринимательская деятельность капиталиста приносит прибыль, а труд рабочего обеспечивает ему заработную плату. Другими словами, как писал Дж. Б. Кларк, “свободная конкуренция стремится дать труду то, что создается трудом, капиталистам — то, что создается капиталом, а предпринимателям — то, что создается функцией координирования”¹.

Американский экономист австрийского происхождения Й. А. Шумпетер в книге “Теория экономического развития”, которая впервые вышла в 1911 г., трактует понятие “предприниматель” как новатор. Функция предпринимателя, утверждает он, состоит в реализации нововведений, играющих главную роль в развитии капиталистической экономики, в обеспечении экономического роста: “Предпринимателями мы называем хозяйственных субъектов, функцией которых является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент”².

По-новому взглянул на эту проблему английский экономист Ф. А. Хайек. По его мнению, “сущность предпринимательства — это поиск и изучение новых экономических возможностей, характеристика поведения, а не вид деятельности”³. Последний тезис представляется очень важным. Ряд функций, таких, как принятие решения, несение ответственности, связывает пред-

¹ Кларк Дж. Б. Распределение богатства. — М., 1934. — С. 40.

² Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. — М.: Эксмо, 2007.

³ Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. — 1989. — № 12.

принимательство с управленческой деятельностью. Вместе с тем отождествлять предпринимателя с менеджером не следует. Функциональная сущность того и другого различная. С одной стороны, предпринимательство шире управленческой деятельности, с другой — эффективное управление — менеджмент во всей его сегодняшней деятельности — по силам не каждому предпринимателю. Хорошо об этом сказано в широко известной книге об основах менеджмента.

Основное качество менеджера — способность “внести организованность в неструктурированную организацию” — далеко не всегда свойственно даже преуспевающему предпринимателю. Вот почему нередко на новом предприятии, особенно крупном, на смену предпринимателю-новатору приходит хороший управляющий — менеджер. Итак, в современных условиях понятия “предприниматель” и “менеджер” нередко совпадают, хотя один из них — собственник, а другой — управляющий. На деле многие собственники выполняют функции менеджеров, и немало менеджеров стали собственниками управляемых ими средств производства.

Вплотную к понятию “предприниматель” примыкает и понятие “предпринимательство”. Под предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями по производству, оказанию услуг или приобретению и продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или предприятий, организаций.

Предпринимательство (от англ. enterprise) — инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица. Предприниматель (от англ. entrepreneur) может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами.

Представляет интерес характеристика предпринимательства, приведенная в книге “Рыночное предпринимательство”. Предприниматель в своей деятельности призван обеспечить необходимую комбинацию или необходимое сочетание личной выгоды с общественной пользой в целях получения прибыли: “Предпринимательство является деятельностью, которая связана с вложением средств в целях получения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой”¹.

Важнейшие черты предпринимательства:

□ самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. Любой предприниматель свободен в принятии решения по тому или иному вопросу, естественно, в рамках правовых норм;

□ экономическая заинтересованность. Главная цель предпринимательства — получение максимально возможной прибыли. Вместе с тем, преследуя свои сугубо личные интересы — получение высокого дохода, — предприниматель способствует достижению общественного интереса;

□ хозяйственный риск и ответственность. При любых, самых выверенных, расчетах неопределенность и риск остаются.

Перечисленные важнейшие признаки предпринимательства взаимосвязаны и действуют одновременно².

2.2. Экономические, социальные условия и правовые принципы, необходимые для предпринимательской деятельности

Экономика — искусство ведения хозяйства, домоводство. Экономика — народное хозяйство, включающее отрасли материального производства и непроизводственной сферы.

¹ Энциклопедический словарь предпринимателя / Сост. С. М. Синельников, Т. Г. Соломоник, Р. В. Янборисова. — СПб.: Алга-фонд, АЯКС, 1992. — С. 137–138.

² Рыночное предпринимательство: теоретические основы и практика регулирования: Учеб. пособие. — М.: Институт международного права и экономики, 1994. — С. 48.

Это научная дисциплина, занимающаяся изучением секторов (промышленность, сельское хозяйство, сфера услуг) и отраслей хозяйства страны, а также некоторых условий и элементов производства. Рыночная экономика — система организации национальной экономики, основанная на товарно-денежных отношениях, множественности форм собственности, свободной конкуренции производителей и граждан, являющихся собственниками своей рабочей силы.

В ее рамках функционируют следующие основные рынки: товаров и услуг; труда; финансовых ресурсов; землепользования. По степени государственного регулирования различают модели: либеральную; социальной ориентации (вмешательство государства).

Главным принципом современной рыночной экономики является многоукладность, активное вмешательство государства, использование высокопроизводительных технологий как основы экономического роста. В рыночной системе действует свобода предпринимательства, профессионального и потребительского выбора.

Современная экономика — это общество независимых и стремящихся к экономической самостоятельности людей, которые собственными усилиями готовы строить свое материальное благополучие. Именно с желания стать такими людьми начинается переход к эффективной рыночной экономике в цивилизованном, демократическом обществе. Поэтому сегодня нам необходимо перейти от психологии изживенчества, зависимости от всеобщей “уравниловки” к экономической активности, инициативе и самостоятельности.

На пути развития цивилизации в истории сформировались два прямопротивоположных взгляда на экономику. Первый — классический, отдает предпочтение рыночной экономике, предполагает полную экономическую свободу и выбор деятельности каждым человеком. Однако вековая практика многих стран доказала ее несовершенство: общество быстро разделялось на богатых и бедных, между которыми возникали противоречия, конфликты, революции, войны.

Второй взгляд противоположен первому и заключается в предпочтении государственной, “командной”, экономики, которая основывается на централизованном, тоталитарном механизме регулирования экономических отношений, где право и сила на стороне государства.

Следует отметить, что *общие* принципы организации экономики действуют в обеих указанных системах (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Различия между командной и рыночной экономикой

Элементы организации экономики	Вид экономики	
	командная	рыночная
Свобода выбора каждым своей деятельности	Отсутствует	Полная
Интересы	Преобладают государственные	Преобладают индивидуальные, коллективные
Основная форма собственности	Государственная	Частная, коллективная
Движущие стимулы (мотивы) труда	Наказание, порицание	Личная выгода
Управление	Централизованное планирование и распределение	Саморегулирование
Роль государства	Всеобъемлющая и подавляющая	Частичное регулирование на основе законодательства
Отношение к правовому регламентированию экономической деятельности	Несоблюдение законодательства, избирательность для “верхов”	Закон — один для всех

Попытаемся представить принципиальную разницу между этими двумя взглядами (системами).

История развития социально-экономической жизни человеческого общества показала, что истина всегда лежит где-то *посередине*! Путем многочисленных, часто трагических ошибок и заблуждений человечество, наконец, пришло к смешанной экономической системе, для которой характерна относительная экономическая самостоятельность человека и социально-корректирующее воздействие государства. Появилась социально регулируемая рыночная экономика, в которой общественные от-

ношения формируются в процессе производства и потребления продукта, при условии ограниченности ресурсов¹.

Экономические условия — это в первую очередь предложение товаров и спрос на них; виды товаров, которые могут приобрести покупатели; объемы денежных средств, которые они могут потратить на эти покупки; избыток или недостаток рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т. е. на их возможности приобретения товаров.

На экономическую обстановку существенно влияют наличие, доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, к которым готовы обратиться предприниматели для финансирования своих деловых операций и которые готовы предоставить кредитные учреждения. Всем этим занимается множество разнообразных организаций, составляющих инфраструктуру рынка, с помощью которой предприниматели могут устанавливать деловые взаимоотношения и вести коммерческие операции. Это банки — оказание финансовых услуг; поставщики — снабжение сырьем, материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, топливом, энергией, машинами и оборудованием, инструментами и др.; оптовые и розничные продавцы — предоставление услуг по доведению товаров до потребителя; специализированные фирмы и учреждения — предоставление профессиональных юридических, бухгалтерских, посреднических услуг; агентства по трудоустройству — оказание помощи в подборе рабочей силы; учебные заведения — обучение рабочих и специалистов-служащих; прочие агентства — рекламные, транспортные, страховые и др.; средства связи и передачи информации.

Экономическая сущность предпринимательства конкретизируется в его содержании. Предпринимательство представляет собой процесс в рамках воспроизводства. Основным его личностным фактором является способность предпринимателя

¹ Петров М. Н. Предпринимательство и рынок. — СПб.: Союз, 2002. — С. 104.

по-новому комбинировать ресурсы: рабочую силу (труд), капитал, землю с учетом передовых технологий и требований рынка. В регулируемой рыночной экономике граждане по-разному проявляют свою экономическую активность, т. е. желание работать и зарабатывать деньги. Как утверждают психологи, достижение поставленной цели зависит в первую очередь от темперамента и характера человеческой личности. Она может быть активной или пассивной (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Формы экономической активности и пассивности граждан

Круг предпринимательской деятельности для развития экономических условий можно представить в виде четырех секторов, которые способны приносить прибыль (рис. 2.2).

Каждый сектор предпринимательской деятельности, как источник получения прибыли, состоит из работ, услуг, способов использования имущества и различных форм торговли. Человеку, который хочет самостоятельно реализовать свои возможности, заниматься предпринимательством, надо решить два вопроса: какое дело выбрать и смогут ли люди платить свои деньги за то, что им предложат?



Рис. 2.2. Сектора в экономике для занятия предпринимательской деятельностью

В этой связи экономические условия для развития предпринимательства играют важную роль¹.

Вплотную к экономическим примыкают социальные условия формирования предпринимательства. Прежде всего это стремление покупателей приобретать товары, отвечающие определенным вкусам и моде. На разных этапах эти потребности могут меняться. Существенную роль играют нравственные и религиозные нормы, зависящие от социально-культурной среды. Эти нормы оказывают прямое воздействие на образ жизни потребителей и посредством этого на спрос на товары. Социальные условия влияют на отношение отдельного индивидуума к работе, что, в свою очередь, влияет на его отношение к величине заработной платы, к условиям труда, предлагаемому бизнесом.

¹ См.: Петров М. Н. Предпринимательство и рынок. — СПб.: Союз, 2002. — С. 6–9; Родионова Н. В., Читанова О. О. Предпринимательство. Социально-экономическое управление. — М.: Единство. — 2002. — С. 23–27.

Важную роль в формировании предпринимательства играют подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров предпринимателей: организация обучения современным методам ведения предпринимательской деятельности, обучение и переобучение кадров, их стажировка в развитых странах, организация подготовки и переподготовки преподавательских кадров для обучения предпринимателей, создание сети консультативных центров, проводящих профессиональный отбор и ориентацию кадров предпринимательского сектора и др.

Следовательно, принимая во внимание рассмотренную ранее сущность предпринимательства, можно заключить, что **экономика предпринимательской деятельности** — научное направление, изучающее, как, потребляя ограниченное количество ресурсов, произвести полезную обществу продукцию и получить от ее продажи максимальную выгоду. Соответственно предметом изучения экономики предпринимательства являются ресурсы предприятия и система экономических отношений по их эффективному вовлечению в предпринимательскую деятельность.

В ходе предпринимательской деятельности ее участники вступают в определенные социальные отношения.

Социальные отношения в предпринимательстве — это отношения между его участниками по поводу их организационного положения, образа и уклада трудовой жизни, а также по поводу условий формирования и развития личности.

Они проявляются в установлении коммуникационных связей между участниками предпринимательской деятельности и в определении их организационного положения, что оказывает непосредственное влияние на формирование интересов и поведение отдельных групп работников и в конечном итоге на результаты деятельности. Структура и механизм социальных отношений, а также процессов и явлений в предпринимательстве — предмет изучения социологии предпринимательства.

Социология предпринимательства — социологическая теория, объектом изучения которой является предпринимательство как социально-экономический феномен, а предметом — закономерности формирования и воспроизводства предпри-

нимательского типа экономического поведения в конкретных исторических условиях.

Соответственно экономика и социология предпринимательства рассматривают широкий спектр вопросов, касающихся влияния на конечные результаты совместной деятельности его участников таких важных социологических категорий, как ценностные ориентации, потребности, интересы, мотивы, стимулы и поведение отдельных социальных групп как на макро-, так и на микроуровнях в условиях рыночной конъюнктуры.

От того, насколько гармонично вписываются экономические и социальные предпринимательские отношения в сложную макросистему рыночных, экологических, политических и иных отношений, зависит успешность, стабильность и перспективность развития предпринимательской деятельности.

Как известно, макроотношения динамичны. Их изменения являются факторами, влияющими на состояние предприятия, так как они непрерывно нарушают его равновесное положение в своей системе. Фактор — движущая сила, причина, определяющая динамику управляемого объекта. Совокупность факторов, обуславливающих текущее экономическое состояние предприятия в определенный период времени, называется конъюнктурой.

На деятельность предпринимательства в условиях рыночной экономики оказывает влияние целый ряд факторов:

- 1) по направлению действия — позитивные и негативные;
 - 2) по составу причин — сложные и простые;
 - 3) по времени воздействия — постоянные и временные;
 - 4) по содержанию — общие и специфические;
 - 5) по возможности измерения — поддающиеся и не поддающиеся измерению;
 - 6) по возможности влияния на предприятие — субъективные и объективные;
 - 7) по влиянию на характер развития деятельности — экстенсивные и интенсивные;
 - 8) по источнику возникновения — внутренние и внешние.
- Внешние и внутренние факторы, влияющие на предпринимательство, рассмотрены в табл. 2.2.

Таблица 2.2

Факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность

Факторы	
Внешние	Внутренние
1. Покупательная способность населения 2. Возможность получения кредита 3. Изучение потребительских предпочтений 4. Политическая стабильность 5. Демография 6. Уровень культуры 7. Уровень развития науки и техники 8. Кредитная и налоговая политика государства 9. Экономические тенденции (подъем, депрессия, инфляция и т. д.) 10. Международная конкуренция 11. Фактор времени	1. Материально-технические 2. Социально-экономические (стимулирование труда, размер издержек, уровень квалификации и образования работников, отношение к труду, трудовая дисциплина, изменение форм собственности, демократизация политической и производственной жизни) 3. Организационные (уровень менеджмента, позиция собственника, уровень квалификации персонала, качество маркетинга и др.)

Основные внешние факторы, в свою очередь, можно подразделить на:

□ **экономические** — платежеспособность покупателей, изменение конъюнктуры внутреннего и мирового рынков, государственное регулирование, инфляция;

□ **социальные** — изменение политической обстановки внутри страны и за рубежом; нравственные и религиозные нормы, определяющие образ жизни; демографическая ситуация;

□ **правовые** — наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность (например, упрощенная и ускоренная процедура регистрации предприятий); защита от государственного бюрократизма; совершенствование налогового законодательства; развитие совместной деятельности с привлечением иностранного капитала; усовершенствование методов учета и форм отчетности; правовая гарантия права на собственность и соблюдение договорных обязательств; защита фирм друг от друга; защита потребителей от недоброкачественной продукции.

Внутренним факторам соответствуют следующие:

1) по возможности влияния на них:

□ *объективные* — те, которые не зависят от субъекта управления;

□ *субъективные* — те, которые обусловлены деятельностью самого предприятия;

2) по содержанию:

□ *материально-технические* — факторы, связанные с уровнем развития техники и технологии, внедрением в производство научных открытий, совершенствованием орудий и предметов труда.

К ним относятся: замена морально и физически устаревшего оборудования; ремонт действующего оборудования; механизация и автоматизация производства; электрификация производства; химизация производства; строительство, реконструкция, увеличение использования производственных площадей; создание и внедрение принципиально новых технологий, обеспечивающих сокращение затрат, экономию ресурсов, повышение качества; углубление специализации машин; экономия материальных ресурсов; освоение альтернативных источников энергии и т. п.;

□ *организационные* — факторы, обусловленные совершенствованием организации производства, труда и управления; выбором организационно-правовой формы.

Различают три группы организационных факторов:

1) *организацию производства*: размещение предприятия по территории страны; организацию транспортных связей; специализацию, кооперацию и разделение, организацию материально-технического снабжения и сбыта продукции; организацию энергоснабжения, ремонтного обслуживания; организацию системы контроля за качеством; организационно-техническую подготовку производства; проведение текущего и капитального ремонта; организацию бесперебойной работы оборудования; повышение сменности работы оборудования; организацию внутрипроизводственного материально-технического снабжения и т. п.;

2) *организацию труда*: рациональное разделение и кооперацию труда; организацию и обслуживание рабочих мест;

улучшение санитарно-гигиенических условий труда, доведение их до комфортных; устранение вредных и опасных условий производства; внедрение передовых методов труда; организацию рациональных режимов труда и отдыха; укрепление трудовой и производственной дисциплины; развитие коллективных форм труда; совершенствование системы стимулирования труда; нормирование труда; развитие многостаночного и многоагрегатного обслуживания; рациональную расстановку и эффективное использование кадров и т. д.;

3) *организацию управления*: формирование организационной структуры; создание экономической и действенной управленческой структуры; координацию работы предприятия внутри страны и за рубежом; привлечение высококвалифицированных специалистов; эффективную организационно-экономическую форму; совершенствование стилей и методов управления; финансовый, кадровый, инвестиционный менеджмент; управление ценовой политикой, издержками предпринимательской деятельности, амортизационной политикой и т. п.;

□ *социально-экономические* — факторы, связанные с составом работников, уровнем их квалификации; отношением работников к собственности, условиями труда и быта; эффективностью стимулирования труда.

К ним относятся: материальная и моральная заинтересованность; уровень квалификации работников; уровень культуры труда; отношение к труду; изменение форм собственности на средства производства и результаты труда и т. п.

В результате непрерывного влияния на предпринимательскую деятельность многочисленных факторов происходят соответствующие изменения ее состояния. В некоторый период времени оно может улучшаться или, наоборот, ухудшаться. На каждом предприятии в определенный момент складывается уникальная, неповторимая ситуация. Однако для всех предприятий независимо от вида и форм осуществляемой предпринимательской деятельности существует общая закономерность ее развития (рис. 2.3).

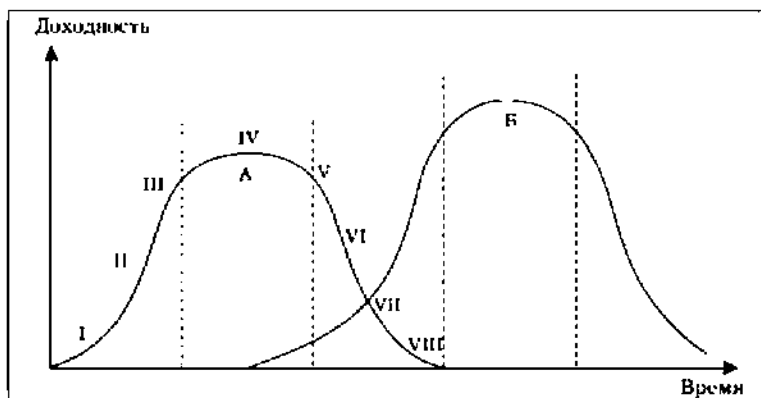


Рис. 2.3. Траектория жизненного цикла предпринимательской деятельности:
 А, Б — жизненные циклы деятельности:
 I стадия — зарождение
 II стадия — развитие
 III стадия — бурный рост
 IV стадия — стабильное развитие
 V стадия — появление тенденции спада
 VI стадия — активный спад
 VII стадия — банкротство
 VIII стадия — ликвидация деятельности

Отличие состоит в периоде этой деятельности, скорости развития и уровне ее доходности. При этом ликвидация деятельности предприятия не всегда совпадает с ликвидацией самого предприятия. Последнее можно предотвратить, если вовремя переориентировать направление деятельности предприятия, что означает необходимость выделения финансовых средств из прибыли, получаемой от успешно развивающейся деятельности в период стабильного развития предприятия, на маркетинговые исследования в целях своевременного перепрофилирования этой деятельности в будущем. В то же время стадия развития нового вида деятельности должна совпасть по времени со стадией появления тенденции спада в результатах осуществляемой деятельности. В данном случае негативная тенденция состояния

предприятия (А) будет сглажена наложением позитивной тенденции в развитии новой деятельности (Б) и жизненный цикл предприятия может продлиться¹.

Предпринимательское право как отрасль права представляет собой совокупность норм, регулирующих предпринимательские отношения, а также иные, тесно с ними связанные, в том числе некоммерческие, а также отношения по государственному регулированию хозяйствования для обеспечения интересов государства и общества.

Принципы предпринимательского права

Принципы предпринимательского права — это его основополагающие начала, пронизывающие весь массив правовых норм. Основными принципами предпринимательского права могут быть названы следующие.

1. **Принцип свободы предпринимательской деятельности** получил закрепление в ст. 34 Конституции РФ: “Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом экономической деятельности”. Свое развитие этот принцип нашел в Гражданском кодексе РФ (далее — ГК РФ) и в других законодательных актах.

Конституционный принцип признания многообразия форм собственности, юридического равенства форм собственности и равной их защиты — закреплен в ст. 8 Конституции РФ. Согласно данному принципу законодательством не могут устанавливаться какие-либо привилегии или ограничения для субъектов, ведущих предпринимательскую деятельность с использованием имущества, находящегося в государственной, муниципальной или частной собственности.

2. **Принцип единого экономического пространства**, т. е. “свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств” на всей территории Российской Федерации. Он также относится

¹ См.: Родионова Н. В., Читанова О. О. Предпринимательство. Социально-экономическое управление. — М.: Единство, 2002. — С. 23–27.

к числу конституционных (ст. 8 Конституции РФ). Ограничения могут вводиться в соответствии с федеральными законами, если это необходимо для обеспечения безопасности, защиты жизни и здоровья людей, охраны природы и культурных ценностей.

3. Принцип недопущения экономической деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (ст. 34 Конституции РФ).

4. Принцип государственного регулирования предпринимательской деятельности. Государственное регулирование экономики, предпринимательства осуществляется в любом государстве. Различными являются формы и методы такого регулирования, которые определяются политическими условиями, уровнем экономического, социального развития, историческими традициями, национальными особенностями и другими факторами.

5. Принцип законности. Раскрывая этот принцип, необходимо обратить внимание на два аспекта. Во-первых, сама предпринимательская деятельность должна осуществляться при строгом соблюдении требований законодательства. Во-вторых, не менее важно, что государством должна быть обеспечена законность правовых актов, законность деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, регулирующих предпринимательство.

Источники предпринимательского права

1. Основным источником предпринимательского права является **Конституция РФ**. Для предпринимательского права особое значение имеют те конституционные нормы, которые содержат отраслевые принципы. Кроме того, в Основном законе закреплены конституционные гарантии предпринимательства, конституционные ограничения.

2. Далее в иерархической структуре источников права следует назвать: Гражданский кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Бюджетный кодекс РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях, Уголовный кодекс РФ и другие. В частности, Гражданский кодекс РФ содержит множество норм, регулирую-

щих предпринимательство. Начиная от самого понятия предпринимательской деятельности, организационно-правовых форм ее осуществления, правового режима имущества предпринимателей и заканчивая видами предпринимательских договоров.

3. Помимо кодексов ведущую роль в системе источников предпринимательского права играют **федеральные законы**, классификация которых может быть изложена следующим образом:

а) законы, регулирующие общее состояние определенного вида рынка, например Закон РСФСР “О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках”, Федеральный закон “О рынке ценных бумаг”;

б) законы, устанавливающие правовое положение субъектов, действующих на рынке, например федеральные законы “Об акционерных обществах”, “О производственных кооперативах”;

в) законы, регулирующие отдельные виды предпринимательской деятельности, например Закон РСФСР “Об инвестиционной деятельности в РСФСР”, федеральные законы “Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений”, “О связи”, “О рекламе” и др.;

г) законы, совмещающие в себе сферы регулирования второй и третьей группы, т. е. устанавливающие правовое положение субъектов, занимающихся каким-либо видом предпринимательства, например Федеральный закон “О банках и банковской деятельности”, Закон РФ “О товарных биржах и биржевой торговле” и др.;

д) законы, устанавливающие требования к предпринимательской деятельности, например федеральные законы “О лицензировании отдельных видов деятельности”, “Об экологической экспертизе” и др.

4. **Подзаконные акты** также играют большую роль в деле регулирования предпринимательской деятельности. Среди них можно в первую очередь назвать указы Президента РФ (например, Указ Президента РФ “О мерах по упорядочению

государственного регулирования цен (тарифов)”, постановления Правительства РФ (например, постановление, утвердившее Положение об организации продажи государственного или муниципального имущества на аукционе). Большой массив источников предпринимательского права составляют нормативные акты федеральных органов исполнительной власти, действующих непосредственно в экономической сфере, таких как Министерство финансов РФ, Министерство экономического развития РФ, Федеральная антимонопольная служба РФ и др. В некоторых сторонах предпринимательства, например в сфере бухгалтерского учета и отчетности, статистической отчетности, наиболее детальное регулирование отношений обеспечивается именно актами этого уровня.

5. В практике регулирования хозяйственных отношений встречаются еще постановления Верховного Совета РФ. Примером действующего акта такого рода может служить постановление Верховного Совета Российской Федерации “О разграничении государственной собственности в Российской Федерации на федеральную собственность, государственную собственность республик в составе Российской Федерации, краев, областей, автономной области, автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга и муниципальную собственность”.

6. Нормативно-правовые акты СССР также продолжают действовать, если они не отменены и не противоречат действующему законодательству Российской Федерации. Так, применяется, правда, с учетом многочисленных изменений, единая журнально-ордерная форма счетоводства для предприятий, утвержденная письмом Минфина СССР от 8 марта 1960 г. № 63.

7. В силу федеративного устройства нашего государства и в соответствии с Конституцией РФ многие сферы общественной жизни регулируются актами субъектов Российской Федерации. Органы местного самоуправления также издают хозяйственно-правовые акты, опираясь на гл. 8 Конституции РФ, Федеральный закон “Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации”.

8. Велика роль локальных нормативных актов, принимаемых самими хозяйствующими субъектами в целях регулирования собственной предпринимательской деятельности. Например, локальным актом является приказ об учетной политике организации, о перечне сведений, составляющих коммерческую тайну.

9. Помимо нормативно-правовых актов источниками предпринимательского права являются обычаи делового оборота. В соответствии со ст. 5 ГК РФ «обычаем делового оборота признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе». Они применяются наряду с законодательством и при его пробельности, но не вопреки ему, в основном во внешнеторговом обороте, морских перевозках и др.

10. Составной частью правовой системы Российской Федерации выступают общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, как двусторонние (о торговле, экономическом сотрудничестве), так и многосторонние (Конвенция УНИДРУА о международном финансовом лизинге, Евразийская патентная конвенция). ГК РФ предотвращает возможные коллизии международного и национального законодательства, решая вопрос в пользу первого.

Между тем источниками предпринимательского права не являются акты арбитражных судов, в частности постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ. Они должны рассматриваться как средство достижения единообразного понимания и применения источников права предпринимательской сферы.

Понятие права на осуществление предпринимательской деятельности

В соответствии со ст. 34 Конституции РФ «каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом

экономической деятельности". Будучи субъективным конституционным правом, право на осуществление предпринимательской деятельности представляет собой предоставленную лицу и обеспеченную законом (нормативными актами) меру возможного поведения, направленного на достижение преследуемых субъектом целей.

Режим предпринимательской деятельности

Право на осуществление предпринимательской деятельности должно реализовываться в рамках границ, очерченных нормативно-правовыми актами, содержащими как позитивные правила поведения, так и запреты, применяемые в данной сфере. Совокупность правил, приемов и способов государственного регулирования предпринимательской деятельности образует режим ее осуществления. Говорят как об общем правовом режиме, распространяющемся на всех субъектов (например, регистрационный режим), так и о специальном режиме, под действие которого подпадает либо определенная часть субъектов предпринимательского права (например, банки, биржи), либо субъекты, осуществляющие определенный вид деятельности (лицензионный режим).

Гарантии права на осуществление предпринимательской деятельности

Конституционное право на осуществление предпринимательской деятельности обеспечено гарантиями. Среди гарантий в первую очередь необходимо назвать возможность судебной защиты прав в случае их нарушения, равную защиту всех форм собственности, возможность ограничения прав только на основании федерального закона и только в той мере, в какой это необходимо для защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны и безопасности государства. К гарантиям права на осуществление предпринимательской деятельности относят возможность свободного выбора вида, сферы деятельно-

сти; территории осуществления деятельности; организационно-правовой формы деятельности.

Виды государственного регулирования предпринимательской деятельности

Государственное регулирование предпринимательской деятельности может быть прямым (директивным) и косвенным (экономическим). В правовых актах содержится масса директивных правил в отношении различных аспектов предпринимательской деятельности. Прямое государственное регулирование можно рассматривать по следующим направлениям:

- установление требований, предъявляемых к предпринимательской деятельности;
- установление запретов на те или иные проявления при ее осуществлении;
- применение государством санкций и мер ответственности;
- создание хозяйствующих субъектов, их реорганизация и ликвидация (например, унитарных предприятий);
- заключение договоров в целях обеспечения целевых программ и иных государственных нужд и др.

В рыночных условиях хозяйствования приоритет отдается косвенным методам регулирования с применением различных экономических рычагов и стимулов. Косвенное государственное регулирование может как стимулировать те или иные виды предпринимательства (через предоставление льгот при налогообложении, кредитовании и т. п.), так и быть направлено на дестимулирование деятельности.

Контроль за осуществлением предпринимательской деятельности

Государство регулирует предпринимательскую деятельность, закрепив в законодательных актах право государственных органов на контроль (надзор) за ее осуществлением. Государственный контроль — это проведение проверки выполнения юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем

при осуществлении их деятельности обязательных требований к товарам (работам, услугам), установленных федеральными законами или принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами. Например, на государственных инспекторов Ростехрегулирования (ранее — Госстандарт России) возложена функция надзора за соблюдением обязательных требований государственных стандартов, правил обязательной сертификации и контроля за обеспечением единства измерений. Одной из основных задач федерального антимонопольного органа является контроль за соблюдением антимонопольных требований хозяйствующими субъектами. Правила осуществления государственного контроля предусмотрены Федеральным законом «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)»¹.

Форма государственного регулирования предпринимательской деятельности

Государственное регулирование предпринимательской деятельности облекается в правовую форму акта. **Акт государственного регулирования** — это облеченное в установленную форму указание компетентного государственного органа, адресованное хозяйствующим субъектам или конкретному субъекту и содержащее требование о ведении предпринимательской деятельности определенным образом или о приведении ее в определенное состояние. Это могут быть нормативные акты, обращенные к неопределенному кругу лиц, или акты конкретного регулирования, содержащие указание конкретному субъекту и являющиеся юридическим фактом. Конкретные акты могут иметь характер запретов, разрешений. Законодательством предусмотрены акты-предписания (например, о прекращении нарушения антимонопольного законодательства), плановые акты (план-заказ в отношении казенного предприятия) и др.

¹ Документ утрачивает силу с 1 июля 2009 г. в связи с принятием Федерального закона от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ.

Способы государственного регулирования предпринимательской деятельности

Государственное регулирование предпринимательской деятельности осуществляется различными способами, посредством применения разнообразных инструментов, среди которых можно назвать:

- ☐ нормы, нормативы, например, нормы амортизационных отчислений;
- ☐ лимиты, например, выбросов загрязняющих веществ в природную среду;
- ☐ ставки налогов, пошлин, иных обязательных платежей;
- ☐ квоты, например, при экспорте товаров;
- ☐ коэффициенты, например, изменения регулируемых цен (тарифов);
- ☐ резервы, например, установление сумм, резервируемых коммерческими банками;
- ☐ размеры капиталов и фондов, например, установление минимального размера уставного капитала.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение и раскройте сущность предпринимательства.
2. Основные черты предпринимательства.
3. Понятие рыночной экономики.
4. Особенности экономических условий, которые способствуют развитию предпринимательской деятельности.
5. Основные факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность, и их характеристика.
6. Социальные условия формирования предпринимательства.
7. Предпринимательское право и его основные принципы.

Глава 3. ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Все разнообразие предпринимательской деятельности можно классифицировать по различным признакам: направлениям деятельности, отраслевой принадлежности, виду выпускаемой продукции и оказываемых услуг, количеству собственников, организационно-правовым, организационно-экономическим формам собственности — государственная, частная, с участием иностранного капитала, смешанная. Рассмотрим некоторые из них.

По направлениям деятельности:

□ производственное предпринимательство, в котором различают следующие разновидности: инновационная, научно-техническая, информационная деятельность, производство товаров, оказание услуг, производственное потребление товаров, производственное потребление услуг;

□ коммерческое предпринимательство; здесь выделяют торговую, торгово-закупочную, торгово-посредническую деятельность, деятельность товарных бирж;

□ финансовое предпринимательство определяется банковской, страховой, аудиторской, лизинговой деятельностью, деятельностью фондовых бирж;

□ консультативное предпринимательство специализируется на общем управлении, администрировании, финансовом управлении, управлении персоналом, маркетинге, информационных технологиях, на оказании специализированных услуг.

По отраслевой принадлежности выделяют:

- промышленное;
- строительное;
- сельскохозяйственное;
- транспортное предпринимательство и т. д.

По виду выпускаемой продукции и оказываемых услуг рассматривают предпринимательство, специализирующееся на:

- ☐ производстве строительных материалов;
- ☐ выращивании овощей;
- ☐ предоставлении риелторских услуг и т. д.

По количеству собственников предпринимательство может быть индивидуальным и коллективным.

По свободе принимаемых решений предпринимательская деятельность осуществляется в рамках материнских, дочерних и зависимых отношений между фирмами.

По срокам существования различаются постоянно действующие и временно создаваемые для решения конкретной задачи фирмы. По статусу предпринимательство характеризуется как крупное, среднее и малое в зависимости от законодательно установленных критериев.

По организационно-правовому признаку, т. е. по способу объединения капиталов юридических и физических лиц с целью осуществления предпринимательского замысла, законодательство допускает осуществление предпринимательской деятельности в одной из организационно-правовых форм: товарищества, общества с дополнительной и ограниченной ответственностью, открытые и закрытые акционерные общества.

3.1. Производственное предпринимательство

Производственное предпринимательство занимает ведущее место в экономике. Здесь осуществляют производство продукции, создаются материальные блага. В производственную группу входят промышленные, сельскохозяйственные предприятия, переработка и транспортировка, строительство и другие отрасли материального производства.

Производство — процесс воздействия человека на природу для создания материальных благ, без которых не может жить и развиваться общество. Четыре основных фактора составляют процесс производства:

□ **труд (рабочая сила)** — совокупность физических навыков и умственных усилий человека, применяемых им в процессе воздействия на предмет труда;

□ **средство (орудие) труда** — то, чем (на чем) производят конечный продукт (станки, механизмы, инструменты, приспособления);

□ **предмет труда** — то, из чего изготавливают конечный продукт (изделие), — металл, дерево, кирпич, синтетика и т. д.

Организовать регулярный выпуск продукции возможно только при наличии ресурсов производства. Основными ресурсами, от которых зависит производство товаров, являются материальные, трудовые, финансовые, интеллектуальные.

Потребности в товаре определяются: спросом, ценой, емкостью рынка, уровнем доходов и государственным регулированием.

В конечном счете производственное предпринимательство направлено на удовлетворение потребностей как организаций, так и граждан. Правильное соотношение между наличием товара на рынке и его потреблением — цель рыночной экономики.

Основными показателями деятельности производственного предприятия являются прибыль, рентабельность, фонды, фондоотдача, среднегодовая стоимость производственных фондов, фондоемкость продукции, фондовооруженность труда, оборотные средства, коэффициент оборачиваемости оборотных средств, коэффициент загрузки оборотных средств и т. д.

Основные фонды — это стоимость совокупности средств труда, необходимых для рационального и планомерного производства продукции, которые используются на предприятии в течение длительного времени (обычно больше года), переносят свою стоимость на созданный с их помощью продукт по частям по мере потребления и сохраняют свою материальную форму. Основные фонды являются важнейшей частью национального богатства общества и имеют определяющее значение в экономике любой страны. Правильное и рациональное использование основных фондов — одно из главных условий повышения эффективности функционирования экономики.

Основные фонды можно подразделить на две группы:

□ производственные основные фонды, непосредственно участвующие в процессе производства;

□ непроизводственные основные фонды, которые имеют косвенное отношение к производству и выполняют вспомогательную функцию — создание благоприятных условий по организации производства (объекты общественного питания, лечебные учреждения, жилой фонд, базы и дома отдыха, подсобные хозяйства и т. п., находящиеся на балансе предприятия).

Состав основных производственных фондов, объединенных в целом по народному хозяйству, отрасли, предприятия, одинаков:

- производственные здания и сооружения;
- передаточные устройства;
- машины и оборудование;
- измерительные приборы и вычислительная техника;
- транспортные средства;
- производственный инвентарь и некоторый хозяйственный инвентарь.

Состав основных производственных фондов образует в совокупности *структуру фондов*.

Примерная структура основных фондов в промышленности (в %):

Всего	100,0
Пассивная часть	46,5
в том числе:	
здания	26,7
сооружения	19,8
Активная часть	53,5
в том числе:	
передаточные устройства	10,3
силовые машины и оборудование	7,4
рабочие машины и оборудование	29,1
измерительное, регулировочное оборудование	1,8
вычислительная техника	1,4
транспортные средства	2,4
прочие ОПФ	1,1

Структура основных фондов непрерывно изменяется под воздействием ряда факторов научно-технического прогресса (изменяется и количественный, и качественный состав используемых фондов); технологий производства; уровня концентрации производства.

Существуют три вида денежной оценки основных фондов.

Полная балансовая стоимость (C_B) — первоначальная стоимость нового станка, его доставка и монтаж на месте.

$$C_B = C_C + C_T + C_M,$$

где C_C — цена станка;

C_T — стоимость транспортировки;

C_M — стоимость монтажа.

Восстановительная стоимость — устанавливается во время переоценки фондов, которая периодически проводится в промышленности для определения денежного выражения физического износа оборудования (например, станка) и для установления единых цен всех основных фондов предприятия на данный период времени.

Последний раз такая переоценка проводилась по состоянию на 1 января 2000 года, причем по всем отраслям, по единой методике. Затем предприятия получили право самостоятельно оценивать свои фонды с учетом их рыночной стоимости.

Остаточная стоимость — разность между полной балансовой (первоначальной) стоимостью и суммой износа станка (основных фондов).

$$C_O = C_B - C_{\text{изн}},$$

где C_O — остаточная стоимость;

C_B — балансовая (первоначальная) стоимость;

$C_{\text{изн}}$ — сумма износа.

Основные фонды подвергаются двойному износу: физическому (материальному) и моральному (экономическому).

Физический износ проявляется в частичной утрате технико-экономических свойств и стоимости станка, которая по мере эксплуатации этого станка переносится на готовый продукт.

Определяется физический износ (ИФ) по простой формуле

$$И_{\Phi} = T_{\Phi} / T_{Н} \cdot 100\%,$$

где T_{Φ} и $T_{Н}$ — фактический и нормативный сроки службы станка. Нормативный срок указан в паспорте станка.

Моральный износ — это отставание станка (оборудования) по своим техническим и технологическим характеристикам от аналогичного современного оборудования¹.

Моральный износ ($И_{М}$) можно определить по формуле

$$И_{М} = П_{Б} / П_{Н} \cdot 100\%,$$

где $П_{Б}$ и $П_{Н}$ — производительность (мощность) соответственно базисного и нового (современного) станка.

Восстановление основных фондов может быть полным и частичным. При *полном износе* станок (оборудование) заменяется новым, а при *частичном* происходит замена отдельных узлов и деталей в ходе ремонта.

Для полного восстановления основных фондов требуются большие денежные средства. Таких средств у предприятия, как правило, всегда недостаточно. Чтобы пополнить эти средства, применяется принцип амортизации.

Амортизация — процесс постепенного накопления денежных средств путем включения части стоимости оборудования в затраты на выпуск продукции.

Таким образом, по *экономическому смыслу* амортизация — денежное выражение физического и морального износа основных фондов.

Сумма амортизационных отчислений, включаемых в расходы на производство продукции, зависит от:

- ☐ стоимости станка (оборудования);
- ☐ периода его эксплуатации;
- ☐ интенсивности работы оборудования.

Размеры амортизационных накоплений устанавливаются в процентах к балансовой стоимости станка (оборудования) и называются *нормами амортизационных отчислений*.

¹ См.: Петров М. Н. Основы экономики и предпринимательства. — СПб.: ИД "Герда", 2002. — С. 17–20.

Исчисленная в процентах, норма амортизации показывает, какую долю своей балансовой стоимости ежегодно переносит станок (оборудование) на выпускаемую с его помощью продукцию.

Рассчитывают нормы амортизации ($Н_a$) по формуле

$$Н_a = (1/T_n) \cdot 100\%,$$

где T_n — нормативный срок службы станка (по паспорту), лет.

Сумму амортизационных отчислений (A_o) в рублях на полное восстановление станка (оборудования) определяют по формуле

$$A_o = Н_a \cdot C_B.$$

Для оценки уровня использования основных фондов применяется система показателей. Обобщающим показателем является *фондоотдача* (Φ_o) за год. Она построена на принципе соизмерения произведенной за год продукции, например, на данном станке, со стоимостью этого станка:

$$\Phi_o = V_{пр}/C_B \cdot 100\%,$$

где $V_{пр}$ — объем продукции, произведенной на станке (реализованной), руб.

Фондоемкость продукции — величина, обратная фондоотдаче, показывает долю стоимости основных фондов в каждом рубле выпущенной продукции:

$$\Phi_e = C_B/V_{пр} \times 100\%.$$

Если фондоотдача должна увеличиваться, то фондоемкость — уменьшаться. Эффективность работы предприятия в значительной степени определяется уровнем фондовооруженности труда (Φ_B), который рассчитывается как отношение стоимости основных производственных фондов ($C_{опф}$) к численности промышленно-производственного персонала ($H_{п}$):

$$\Phi_B = C_{опф}/H_{п},$$

Объем основных производственных фондов и степень их использования определяют величину производственных мощностей предприятия (ПМ). Она может быть рассчитана по формуле

$$\Pi_M = V_{\text{max пр}}/T,$$

где $V_{\text{max пр}}$ — максимальный объем выпуска продукции (в натуральных единицах — шт., т, м);

T — единица времени (час, сутки, месяц, квартал).

Производственная мощность предприятия определяется мощностью ведущих производственных цехов, участков. Ведущими считаются цех, участок, агрегат, которые выполняют основные и наиболее массовые операции по изготовлению продукции и в которых сосредоточена преобладающая часть оборудования. Например, в черной металлургии это доменные, мартеновские, сталеплавильные печи и цеха, в текстильной — прядильные и ткацкие цеха.

Оборотные средства

Кроме основных фондов, для выпуска продукции предприятию необходимо иметь средства, которые расходуются на покупку сырья, материалов, топлива, оплату электроэнергии и газа, на заработную плату рабочих и служащих и т. д.

Имея эти денежные средства, предприятие создает необходимые материальные запасы и осуществляет регулярный производственный процесс.

Оборотные средства участвуют в кругообороте в двух формах — в натуральной (материальной) и денежной (стоимостной). И именно поэтому они и подразделяются на две группы: оборотные производственные фонды и фонды обращения.

Производственные запасы — это предметы труда, подготовленные для запуска в производство: сырье, материалы, топливо, полуфабрикаты (покупные), комплектующие изделия (со стороны), тара, запасные части.

В оборотные производственные фонды также входит незавершенное производство. Это предметы труда, но уже бывшие в процессе производства (изготовления) и не законченные полностью: детали, узлы сборки, изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки.

Третий элемент оборотных производственных фондов — расходы будущих периодов, т. е. затраты на разработку и освоение

новой (следующей) продукции: научно-исследовательская (НИР), опытно-конструкторская (ОКР) и опытно-технологическая (ОТР) работы. Производятся эти работы в текущем квартале (году), но относятся на затраты будущей продукции, в будущем периоде.

Фонды обращения обслуживают сферу обращения продукции и включают:

- ☐ готовую продукцию, находящуюся на складах;
- ☐ продукцию отгруженную, но не оплаченную потребителем (товары в пути);
- ☐ денежные средства на расчетных счетах в банке, в ценных бумагах, аккредитивах, в кассе;
- ☐ денежные средства в виде долгов (дебиторская задолженность).

Источниками формирования оборотных средств являются уставный капитал, прибыль, бюджетные ассигнования, краткосрочные банковские ссуды, привлеченные средства сторонних организаций.

Большую часть оборотных средств занимают оборотные производственные фонды. И поскольку доля материальных затрат в процессе производства составляет $3/4$ всех расходов (издержек) производства, то одной из главных задач предприятия является экономия материальных ресурсов, т. е. ресурсосбережение.

Оно снижает себестоимость продукции и увеличивает доход предприятия за счет:

- ☐ снижения удельных расходов сырья, материалов, топлива;
- ☐ внедрения более экономичных материалов (например, пластмасс вместо металлов);
- ☐ внедрения новой техники и новых технологических процессов.

Оценка степени использования оборотных фондов, а конкретнее — материальных ресурсов, ведется с применением нескольких показателей.

Общий расход материальных ресурсов (МР) измеряется в натуральных единицах.

Суммарный расход материалов для всей производственной программы измеряется в рублях.

Удельный расход ресурса (Y_p) — расход на единицу произведенной (изготовленной) продукции в среднем:

$$Y_p = V_{\text{мр}}/n,$$

где $V_{\text{мр}}$ — объем материальных ресурсов (т, м, кг);

n — количество единиц готовой продукции, ед.

Материалоемкость продукции оценивает фактический расход материальных ресурсов на единицу продукции в натуральном выражении.

Управление оборотными средствами состоит в обеспечении непрерывности процесса производства и реализации продукции.

Эффективное использование оборотных средств характеризуют три основных показателя.

1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств ($K_{\text{об}}$) определяется по формуле

$$K_{\text{об}} = V_{\text{пр}}/O_c,$$

где $V_{\text{пр}}$ — объем реализованной продукции;

O_c — средний остаток оборотных средств, руб.

2. Коэффициент загрузки оборотных средств (K_z) — величина, обратная коэффициенту оборачиваемости. Характеризует сумму оборотных средств, затраченных на рубль реализованной продукции:

$$K_z = O_c/V_{\text{пр}}.$$

3. Длительность оборота оборотных средств определяется отношением количества дней в периоде (T) к коэффициенту оборачиваемости $K_{\text{об}}$:

$$DO = T/K_{\text{об}} = T \cdot O_c/V_{\text{пр}},$$

где T может составлять 90, 180, 360 дней.

Чем меньше длительность оборота оборотных средств и больше совершаемых ими оборотов (при том же объеме реали-

зованной продукции), тем *меньше* требуется оборотных средств. Чем быстрее оборотные средства совершают оборот, тем эффективнее они используются.

Прибыль (П) — денежное выражение достижения цели коммерческого предприятия. Прибыль определяется как разность между доходом (выручкой) (Д), полученным от продажи товара (выполненной работы, оказанной услуги), и суммой всех издержек (расходов) (И), произведенных для выпуска продукции:

$$П = Д - И.$$

Формирование и распределение прибыли предприятия осуществляется в соответствии с гл. 25 “Налог на прибыль организации” НК РФ, а также инструкциями налоговой службы РФ.

Для предприятия как хозяйствующего субъекта прибыль включает:

- ☐ валовую (балансовую) прибыль;
- ☐ прибыль от продажи основных фондов и иного имущества предприятия;
- ☐ прибыль по внереализационным операциям;
- ☐ чистую прибыль.

Валовая (балансовая) прибыль ($П_v$) — сумма прибыли от продажи товаров (работ, услуг), основных фондов и иного имущества и доходов от внереализационных операций:

$$П_v = П_{пр} + П_{и} + Д_{во},$$

где $П_{пр}$ — прибыль от продажи продукции, руб.;

$П_{и}$ — прибыль от продажи имущества, руб.;

$Д_{во}$ — доходы от внереализационных операций, руб.

Валовой доход от продажи продукции (работ, услуг) ($Д_v$) — основная составляющая прибыли предприятия:

$$Д_v = В_v - C_p - НДС - Н_a,$$

где $В_v$ — валовая выручка от продажи продукции (работ, услуг), руб.;

C_p — себестоимость реализованной продукции, руб.;

НДС — налог на добавленную стоимость, руб.;

$Н_a$ — акцизный налог (для подакцизных товаров), руб.

При определении прибыли от продажи имущества учитывается разница между ценой продажи и балансовой стоимостью имущества.

Прибыль от продажи имущества ($\Pi_{и}$) может определяться формулой

$$\Pi_{и} = D_{и} - C_{и} \times i_{инф},$$

где $D_{и}$ — доход (выручка) от продажи имущества руб.;

$C_{и}$ — стоимость имущества, руб.;

$i_{инф}$ — индекс инфляции.

Прибыль от продажи продукции ($\Pi_{пр}$) определяется:

$$\Pi_{пр} = D_{в} - Y_{во},$$

где $D_{в}$ — валовой доход, руб.;

$Y_{во}$ — убытки от внереализационных операций, руб.

Чистая прибыль образуется после уплаты из валовой прибыли всех налогов и других обязательных платежей и остается в полном распоряжении предприятия.

Прибыль — источник уплаты налогов и обязательных платежей в бюджеты различного уровня и другим учреждениям.

Рентабельность производства ($R_{ф}$, %) показывает, насколько результативно используется имущество предприятия, и определяется как процентное соотношение балансовой годовой прибыли ($\Pi_{б}$, руб.) к капиталу предприятия ($C_{опф} + C_{ос}$, руб.):

$$R_{ф} = \frac{\Pi_{б}}{C_{опф} + C_{ос}} \cdot 100\%,$$

где $C_{опф}$ — среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.;

$C_{ос}$ — величина оборотных средств, тыс. руб.

Рентабельность продукции ($R_{пр}$) показывает результативность текущих затрат и определяется как отношение полученной прибыли от реализации (продажи) к себестоимости (издержкам) продукции:

$$P_{\text{пр}} = \Pi_{\text{п}} \cdot 100\% / C_{\text{р}},$$

где $P_{\text{пр}}$ — рентабельность реализуемой продукции, %;
 $\Pi_{\text{п}}$ — прибыль от реализации продукции, руб.;
 $C_{\text{р}}$ — себестоимость реализованной продукции, руб.

3.2. Коммерческое предпринимательство

Коммерция — слово латинского происхождения (commercium — торговля). Коммерция — вид торгового предпринимательства или бизнеса. Коммерческая деятельность — более узкое понятие, чем предпринимательство. Предпринимательство — это организация экономической, производственной и иной деятельности, приносящей предпринимателю доход. Предпринимательство может означать организацию промышленного предприятия, сельской фермы, торгового предприятия, предприятия обслуживания, банка, издательства, кооператива и т. д. Из всех этих видов предпринимательской деятельности только торговое дело является в чистом виде коммерческой деятельностью.

Таким образом, коммерцию следует рассматривать как одну из форм предпринимательской деятельности. В то же время и в некоторых видах предпринимательской деятельности могут осуществляться операции по купле-продаже товаров, сырья, заготовительной продукции, полуфабрикатов и т. д. То есть элементы коммерческой деятельности могут осуществляться во всех видах предпринимательства, но не являются для них определяющими, главными¹.

В курсе экономической истории отмечалось, что до наступления капитализма существовало два вида капитала — купеческий и ростовщический, что в сфере обращения капитал, а следовательно, и предпринимательство, появляется раньше, чем в сфере производства.

¹ См.: Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность. — М.: ИД "Дашков и К". — 2005. — С. 16, 22.

Но на Руси эта закономерность усиливалась тем обстоятельством, что Русь находилась на пересечении транзитных путей между Азией, Ближним Востоком и Северной Европой, на пути “из варяг в греки”, что обеспечивало богатство и силу Руси в IX—XI вв. Первый удар этому процветанию нанесла Венеция, подговорившая крестоносцев в 1204 г. захватить Константинополь, южную точку славянского торгового пути “Юг — Север”. Второй удар нанесли монголы, забравшие “под себя” большую часть торговли после военной победы над Русью четверть века спустя. После этого Венеция монополизировала средиземноморскую торговлю с Европой. Еще три века (с XIII по XVI) свидетельством былого процветания Руси оставалась Новгородская торговая республика. Торгуя на Балтике с Ганзой и “свеями”, новгородцы обеспечили высокий культурный уровень Северо-Западной Руси. Но чего не сделали татары, добились Иван III и его внук Иван IV, разгромив Новгород и беспощадно подавив даже самую возможность сопротивления.

Торговлей в России занималась половина городского населения. Как писали иностранцы, в России торговали все. Свою лавочку имел ремесленник, но торговал не только своими изделиями, а вообще вел мелочную торговлю. Лавки, полулавки, ларьки, навесы имели в городах стрельцы, мелкие государственные служащие и т. д. Иностранцы считали торговлю особой тягой русского народа. В действительности это объяснялось тем, что в России не было цехов и гильдий. Если в Западной Европе заниматься торговлей могли только члены купеческих гильдий, то в России торговать мог каждый.

Торговля была только частью занятий человека. По писцовым книгам, т. е. переписям населения, мы видим, что один горожанин занимается кузнечным делом и торгует рыбой, другой делает горшки и торгует кожами, третий — портной и торгует в калашном ряду, четвертый — извозчик и торгует рыбой и солью. Такое совмещение занятий объяснялось также нежеланием распылять капитал, что было особенно необходимо в условиях произвола властей и отсутствия правовых гарантий.

В то время уже выделился слой собственно купцов, т. е. людей, основным занятием которых была торговля. Хотя занимались купцы и промышленностью, торговое предпринимательство для купечества считалось главным. И это было закономерно: торговый капитал появляется раньше, чем промышленный. Первоначальное накопление капитала в России происходит именно в сфере торговли.

Современный пятнадцатилетний период коммерческого предпринимательства показывает, что торговля и общественное питание занимают ведущее место в объеме выполненных услуг и занятости населения, по отраслям экономики на малых предприятиях.

В торговле и общественном питании сегодня работает 2741,8 тыс. чел., что составляет 32% численности работающих на предприятиях малого бизнеса, а объем оказываемых услуг составляет 8721,3 млрд руб., или 72,1% от всего объема производственной продукции на малых предприятиях (табл. 3.1)

Таблица 3.1

Объем произведенной продукции (услуг) и численность работников по отраслям экономики на малых предприятиях в 2006 г.¹

Отрасли деятельности	Число малых предприятий		Средне-списочная численность работников		Оборот малых предприятий	
	тыс.	в % к итогу	тыс. чел.	в % к итогу	млрд руб.	в % к итогу
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	26,9	2,6	311,4	3,6	78,8	0,6
Рыболовство, рыбоводство	2,4	0,2	24,3	0,3	20,2	0,2
Добыча полезных ископаемых	4,1	0,4	43,3	0,5	49,4	0,4
Обрабатывающие производства	123,4	11,9	1726,4	20,0	1146,9	9,4
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	4,1	0,4	51,8	0,6	31,5	0,3

¹ Российский статистический ежегодник. — М., 2007. — С. 356.

Окончание табл. 3.1

Отрасли деятельности	Число малых предприятий		Средне-списочная численность работников		Оборот малых предприятий	
	тыс.	в % к итогу	тыс. чел.	в % к итогу	млрд руб.	в % к итогу
Строительство	117,1	11,3	1488,8	17,3	922,0	7,4
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	464,6	44,8	2741,8	31,8	8721,3	72,0
Гостиницы и рестораны	20,8	2,0	170,4	2,0	56,1	0,5
Транспорт и связь	50,3	4,9	460,0	5,3	249,2	2,1
Из них связь	7,1	0,7	50,8	0,6	31,6	0,3
Финансовая деятельность	14,7	1,4	71,6	0,8	—	
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	163,3	15,7	1162,0	13,5	725,1	6,0
Образование	2,7	0,3	10,7	0,1	3,9	0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	10,8	1,0	100,3	1,1	35,7	0,3
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	25,3	2,4	218,7	2,5	57,6	0,5
Всего	1037,6	100	8632,3	100	12129,3	100

В условиях рыночной экономики торговле принадлежит важная роль связующего звена между производством и потреблением. Формирование рынка потребителя, усиление конкуренции, трудности в сбыте продукции вынуждают фирмы большое внимание уделять изучению конъюнктуры рынка. Это неизбежно приводит к усилению роли торговли и приобретению ею соответствующих функций.

Основной задачей торговли является организация распределения и движения материальных ресурсов из сферы производства в сферу потребления таким образом, чтобы было обеспечено своевременное предложение товаров в нужном ме-

сте, в достаточном количестве, необходимого ассортимента и надлежащего качества.

Для реализации этой задачи торговля выполняет ряд функций, к основным из которых относятся следующие:

Распределение предметов потребления в пространстве (компенсация расстояния).

Потребность в известных продуктах ощущается везде, а производятся они только в отдельных местностях и притом в количестве большем, чем это требуется для местных жителей, поэтому торговля управляет товарными потоками, направляя их к потребителю.

Сохранение товаров во времени (синхронизация ритма производства и потребления).

Необходимость сохранения товаров объясняется, во-первых, тем, что все виды продукции, в которых есть потребность, не производятся одновременно. Изготовление продукции отдельного вида осуществляется большой партией, после чего производится переналадка оборудования на изготовление другой продукции, в результате чего увеличивается время производства. Во-вторых, запас на будущее необходим, если продукты могут быть получены только в ограниченный период времени, а потребность в них есть всегда (например, сельскохозяйственная продукция). Торговля сглаживает эти несоответствия ритмов производства и потребления, закупая большие объемы продукции и храня их на своих складах.

Компенсация различий в объемах производства и потребления (разбивка крупных партий товаров на мелкие).

Производителям выгоднее изготавливать продукцию в больших количествах. Потребители чаще нуждаются в небольших объемах товаров или в отдельных единицах. Торговля берет на себя функцию выравнивания этого противоречия. Она закупает крупные партии товаров, разукрупняет их и продает мелкими партиями.

Ориентация на требования потребителей к качеству продукции.

Производители выпускают продукцию различного качества. Они ориентируются на определенные требования потребителей.

Торговля сортирует и предлагает продукцию потребителям, исходя из требований к качеству и цене.

Формирование товарного ассортимента.

Торговля собирает и сортирует продукцию не только по объемам и качеству, но и по типам, сортам, маркам и размерам, тем самым формирует ориентированный на потребителя ассортимент продукции.

Финансирование.

Торговое предприятие предоставляет своим клиентам кредиты, облегчая этим организацию закупок. Кроме того, размещая заблаговременно свои заказы на производство и оплачивая их, финансирует также поставщиков.

Освоение рынка и стимулирование сбыта.

Торговля использует многообразные средства стимулирующего воздействия, призванные усилить ответную реакцию рынка: гибкую систему регулирования цен для выравнивания покупательской способности, организацию специализированных выставок, демонстрацию товаров в местах продажи и т. д. Стимулирование сбыта оказывается эффективным при использовании его в сочетании с рекламой.

Принятие риска.

Закупая и храня товар на своих складах, торговля принимает на себя риск в связи с возможным снижением объемов продаж из-за падения спроса, введения ограничений на реализацию отдельных видов товаров, возможными порчей, хищением, повреждением товара, потерей его качества в процессе транспортировки и хранения, колебанием цен, снижением платежеспособности покупателей и прочими обстоятельствами.

Консультирование.

Торговля, имея возможность получения от производителя объективной и детальной информации о товаре, консультирует потребителей о сферах, возможностях, преимуществах и недостатках применения отдельных видов товаров.

Предоставление информации о рынке.

Торговля предоставляет своим поставщикам и покупателям информацию о конъюнктуре рынка, динамике цен, появлении новых товаров и прочую информацию.

Предоставление различного рода сервисных услуг.

Торговое предприятие, например, может самостоятельно отремонтировать или осуществить отправку требующей ремонта неисправной продукции производителю, произвести установку изделий, требующих монтажа и наладки, у потребителя и т. д.

Это далеко не полный перечень функций торговли. Отдельные функции присущи любому типу экономики, основанному на общественном разделении труда, другие — лишь рыночной экономике¹. При этом коммерсанты оказывают услуги как производителям, так и потребителям² (рис. 3.1).

Таким образом, в условиях рыночной экономики, где доминирует обращение, торговля играет активную роль. С ее помощью производители получают достоверную информацию о требованиях потребителей и изменении спроса на продукцию, в результате чего стимулируется производство соответствующих товаров.

И, наоборот, торговля побуждает новый спрос, осуществляя рекламу новых изделий и их продвижение на рынке.

В настоящее время, когда логистика как способ мышления и система действий завоевала за рубежом и постепенно у нас приобретает прочное место в теории и практике хозяйственной деятельности различных сфер экономики и организационных форм предпринимательства, представляет интерес классификация присущих рыночной экономике функций торговли, где группировка осуществляется в зависимости от вида управляемых потоков³.

1. Функции управления товарным потоком:

а) количественные (собирать, делить, распределять);

¹ См.: Крис А., Жаллэ Ж. Внутренняя торговля: Пер. с фр. / Общ. ред. В. С. Загашвили. — М.: А/О Издательская группа "Прогресс" — "Универс", 1993. — С. 9–10.

² См.: Крысин Ю. И., Мишукова Р. А. Оптовая торговля и маркетинг в США. — М.: ЦНИИТЭИМС, 1992. — С. 11–12.

³ См.: Gabler Wirtschafts—Lexikon. Taschenbuch—Kassette mit 6 Bd. — Wiesbaden: Gabler, 1988. — Bd. 3 G—K — 12., vollst. Neu bearb. u. erw. Aufl. — S. 2314.

ФУНКЦИИ ТОРГОВЛИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ

	Освобождение производителей от необходимости вступать в хозяйственные отношения с массой потребителей
	Облегчение планирования и финансирования производственного процесса через систему заказов
	Хранение товарных запасов, что обеспечивает синхронизацию ритма производства и ритма потребления
	Уменьшение кредитного риска
	Облегчение функции реализации
	Стимулирование сбыта, что в значительной степени способствовало росту производства соответствующих видов продукции
	Поддержание конкуренции, сравнение и выбор поставщиков
	Предоставление рыночной информации, в частности, производителей относительно запросов потребителей
	Организация рынков новых товаров

ФУНКЦИИ ТОРГОВЛИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПОТРЕБИТЕЛЯМ

	Распределение созданных материальных благ и доведение их до потребителей
	Оценка потребностей и прогнозирование спроса
	Формирование ассортимента
	Разбивка крупных партий товаров на мелкие
	Хранение запасов
	Доставка товаров
	Предоставление кредита в товарной форме
	Осуществление рекламной деятельности, которая влияет на выбор потребителями того или иного товара
	Предоставление информации о рынке

Рис. 3.1. Характеристика функций торговли

б) качественные (формирование ассортимента, сохранение качества, контроль качества, гарантия, обслуживание потребителя, консультирование, сокращение времени и увеличение комфортности покупки, обмен);

в) сглаживание временных противоречий (хранение на складе, возврат не проданных или дефектных товаров; часы работы предприятия, магазина; особое (например, по сниженным ценам) предложение товара, контроль за временем поставки);

г) сглаживание пространственной отдаленности (транспортировка, место расположения).

2. Функции управления потоком информации:

а) количественные (объем обмениваемой информации);

б) качественные (вид информации: данные о поведении потребителей и поставщиков, обороты, объединенные закупки, управление информацией, торговые переговоры и промежуточная реклама и т. д. для освоения рынка);

в) сглаживание временных противоречий (предварительное размещение, спекуляция);

г) сглаживание пространственной отдаленности (использование почты, телефона, телефакса, электронной почты, компьютерных сетей).

3. Функции управления потоком платежей:

а) количественные (ход выполнения платежных и кредитных операций, размер кредитов и кредитных ставок);

б) качественные (аккумулирование платежей, выбор вида платежа: наличными, чеками, перевод денег, банковские сборы, кредитные карты; страхование кредитов, исчисление цены, виды калькуляции);

в) сглаживание пространственной отдаленности (средства передачи платежей, кредит, предоставляемый поставщиком, потребительский кредит, банковский кредит);

г) сглаживание временных противоречий (краткосрочное финансирование, цели платежей, кредиты).

Товар как предмет торговли

Все, что не изъято из оборота и служит предметом торговли, является товаром.

Товар — продукт деятельности (включая работы, услуги), предназначенный для продажи или обмена.

Виды товаров схематично показаны на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Виды товаров

Материальные товары — товары, имеющие вещественную форму.

Примеры: твердые материалы — *сталь, древесина, уголь*;
жидкие материалы — *лак, нефть, бензин*;
газообразные материалы — *водород, углекислый газ, гелий*.

Нематериальные товары включают в себя услуги, права и информацию.

Услуга — “любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к совладению чем-либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде”¹.

Отличие услуг от товаров, имеющих материальную форму:

- ☐ неосвязаемы;
- ☐ производятся и используются одновременно, услугу невозможно хранить;
- ☐ неотделима от источника;
- ☐ невозможно приобрести на нее право собственности;
- ☐ непостоянство качества услуг.

¹ Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. — М.: Прогресс, 1990. — С. 638.

Права — это претензии и полномочия. К ним относят:

- ☐ право собственности;
- ☐ право владения;
- ☐ право пользования (например, *патент на использование изобретений*).

В качестве специфического товара выступает *информация*. Эта специфичность определяется неделимостью информации и ее относительностью (не всегда приносит прибыль своему владельцу). При передаче информации ее владелец не лишается права собственности. Лишь являясь достоверной, полной и оперативной, информация обеспечивает экономическую эффективность.

Таким образом, как товар информация обладает целым рядом специфических свойств:

- ☐ неуничтожимость в процессе потребления. Возможность многократного потребления многими пользователями. В процессе передачи потребителю она не теряется для производителя;

- ☐ производителю заранее неизвестен потребитель;

- ☐ невозможна однозначная стоимостная оценка произведенного объема информации;

- ☐ неопределенность и субъективность полезности информации;

- ☐ особый механизм старения информации. Она не изнашивается, но со временем (за исключением специальных случаев) ее полезность уменьшается. Следовательно, важна ее актуальность;

- ☐ информация характеризуется достоверностью, надежностью и доступностью. При этом ее доступность различна для разных экономических агентов, т. е. эти агенты располагают неполной, ограниченной информацией. “Информация тем ценнее, чем малочисленнее ее обладатели”.

Потребительские товары подразделяются на:

- ☐ товары длительного пользования;
- ☐ товары краткосрочного пользования (повседневного спроса);
- ☐ услуги.

Товары производственного потребления включают в себя:

- ☐ сырье и материалы;
- ☐ энергию;
- ☐ готовые изделия;
- ☐ информацию и информационные продукты.

Торговля — деятельность, состоящая в покупке товаров, услуг или ценностей для дальнейшей перепродажи (после или без дополнительной переработки), для сдачи внаем или передачи за определенную плату права использования или извлечения выгоды.

Виды торговли

Виды торговли схематично показаны на рис. 3.3.

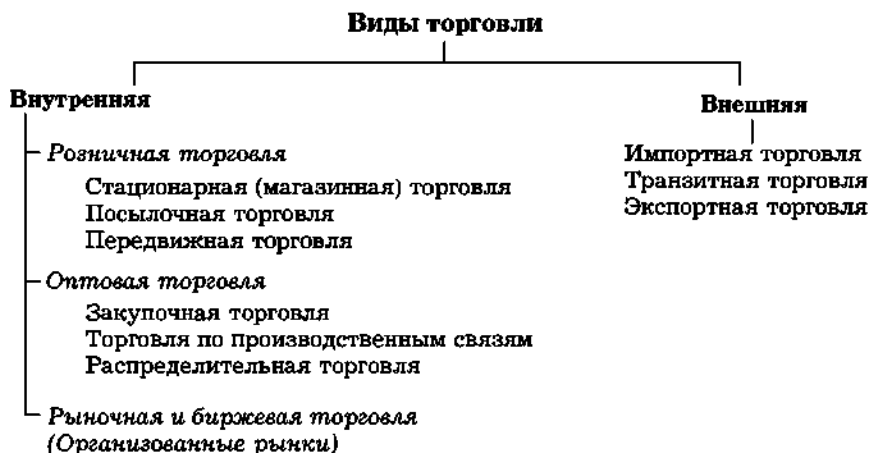


Рис. 3.3. Виды торговли

По месту купли-продажи торговля подразделяется на:

- ☐ внутреннюю;
- ☐ внешнюю.

При **внутренней торговле** товар не переходит границы государства, он или передается продавцом покупателю, если они в одной местности, например в одном городе (местная торговля),

или перевозится из одной местности в другую, например, из Москвы от продавца — в Саратов к покупателю (иностранная торговля).

При **внешней торговле** товар переходит границу государства. При этом различают три формы торговли: импортную, экспортную и транзитную.

Если покупатель в России, а продавец с товаром находится в Германии, то товар перейдет из Германии через границу в Россию, и для России это будет ввоз товара (**импорт**), а для Германии вывоз (**экспорт**). Если продавец из Германии реализует свой товар в Китае и повезет его через Россию, то для России это будет транзитный провоз товара (**транзит**).

По **объемам купли-продажи** различают следующие виды торговли:

- ☐ оптовую;
- ☐ розничную.

В последние годы появился новый институт торговли — **виртуальная торговля** всех видов через глобальную компьютерную сеть Интернет. Контакт продавца (производителя) и покупателя (заказчика) при этом виде торговли носит виртуальный характер и осуществляется через указанную сеть с помощью компьютеров.

Оптовая торговля. Формы предприятий

Оптовая торговля (табл. 3.2) представляет собой деятельность по продаже товаров тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования:

- ☐ последующим продавцам (розничным торговцам или другим оптовым торговцам, следующим в торговой цепи);
- ☐ для производственного использования на промышленном или ремесленном предприятии;
- ☐ крупному потребителю, например акции экономической помощи другим странам или регионам, пострадавшим от стихийных бедствий и т. д.

Таблица 3.2

Виды оптовой торговли

Признак классификации	Виды оптовой торговли	Пример
По функциональному признаку	Закупочная оптовая торговля	Заготовка вторичного сырья, закупка и сбыт сельскохозяйственного сырья
	Оптовая торговля по производственным связям	Закупка кожи у кожевенного завода и продажа обувной фабрике (полуфабрикаты); покупка и продажа инструментов (готовая продукция)
	Оптовая торговля сырьем и материалами (распределительная оптовая торговля)	Покупает товары в больших объемах у производителей и продает в меньших объемах розничным торговцам или индивидуальным производителям
По степени специализации номенклатуры	Оптовая торговля товарами широкого ассортимента	Оптовая торговля продовольственными товарами
	Специализированная оптовая торговля	Оптовая торговля электротехнической продукцией

Закупочная (заготовительная, собирательная) оптовая торговля

Закупочная торговля выполняет прежде всего задачу количественного выравнивания (сбалансирования) объемов на рынке заготовок, она собирает малые объемы товаров и предлагает их своим клиентам большими партиями (рис. 3.4).

Предметом закупок являются сельскохозяйственные продукты (например, зерно, картофель, овощи), древесина, вторичное сырье, отходы и проч. Часто эти виды продукции требуют дополнительно сортировки, например, по категориям.

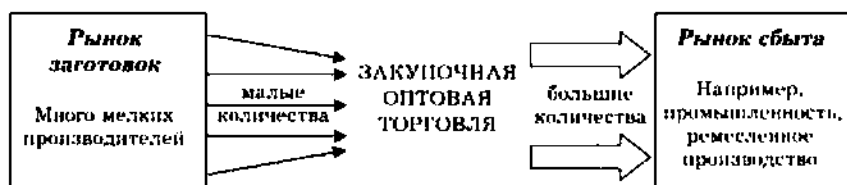


Рис. 3.4. Схема закупочной оптовой торговли

Оптовая торговля по производственным связям

Предприятия оптовой торговли покупают полуфабрикаты и готовые изделия, продают их для последующего использования чаще всего на промышленных предприятиях. Этот вид оптовой торговли соединяет последовательные стадии производственного процесса (рис. 3.5).

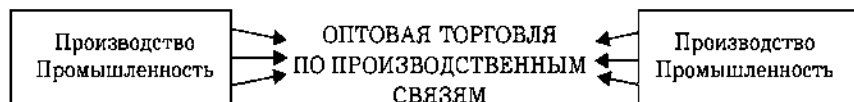


Рис. 3.5. Схема оптовой торговли по производственным связям

Например, оптовая торговля черными металлами (метизами), продукцией машиностроения, строительными материалами.

Оптовая торговля сырьем и материалами (распределительная оптовая торговля)

Предприятия оптовой торговли покупают товары в больших объемах у производителей и продают в меньших объемах различным торговцам или небольшим предприятиям, например текстильные материалы, запасные части, продукты питания (рис. 3.6).

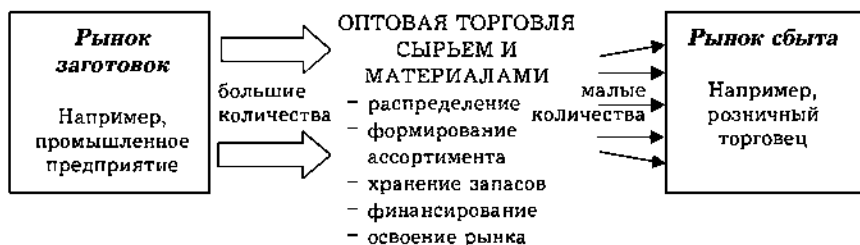


Рис. 3.6. Схема оптовой торговли сырьем и материалами

Отличия оптовой торговли от розничной:

- ☐ объемы оптовых сделок обычно крупнее розничных;
- ☐ зона обслуживания оптового предприятия обычно больше розничного;
- ☐ меньше уделяется внимания расположению торгового предприятия, рекламе.

Особенности оптовой торговли средствами производства:

- ☐ особая номенклатура и отраслевая принадлежность товаров;
- ☐ меньшая численность товарных групп по номенклатуре;
- ☐ неоднородность рынков многих видов средств производства.

Розничная торговля

Розничная торговля получает товары у оптовых торговцев или производителей и реализует конечным потребителям.

Основные виды розничной торговли приведены в табл. 3.3.

Таблица 3.3

Виды розничной торговли

Признак классификации	Виды розничной торговли
По виду передачи товара	СТАЦИОНАРНАЯ (МАГАЗИННАЯ) ТОРГОВЛЯ Торговля осуществляется в постоянном помещении (магазине)
	ПОСЫЛОЧНАЯ ТОРГОВЛЯ Покупатель выбирает товар по каталогу, и розничный торговец посылает заказ ему на дом
	ПЕРЕДВИЖНАЯ ТОРГОВЛЯ Торговля, при которой продавец сам ищет покупателя
По степени специализации номенклатуры	ТОРГОВЛЯ СМЕШАННЫМ АССОРТИМЕНТОМ Предложение товара различного рода
	СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ТОРГОВЛЯ Предложение товара одной отрасли, возможно, с дополнительными видами товаров. Например: магазин одежды
	СПЕЦИАЛЬНАЯ ТОРГОВЛЯ Предложение товара только одного вида одной отрасли, возможно, с дополнительным ассортиментом. Например: магазин мужских рубашек

Магазинная торговля

Основной вид розничной торговли, при котором обслуживание покупателей осуществляется в стационарных помещениях (магазинах, павильонах):

- ☐ предоставляет покупателям большой выбор товаров и услуг;

- ☐ создает комфортные условия для совершения покупок;

- ☐ привлекает покупателей возможностью ознакомиться с новыми товарами (выкладка в торговых залах, рекламные материалы, демонстрации и дегустации товаров);

- ☐ обеспечивает максимальные гарантии защиты прав потребителя (психологические факторы, сохранение имиджа предприятия).

При этом чем крупнее торговое предприятие, тем более очевидны названные преимущества.

Посылочная торговля

Вид розничной торговли, при котором покупатель может приобрести товар без посещения магазина. Этот вид торговли приобретает в настоящее время популярность. Целесообразность развития посылочной торговли определяется такими факторами, как:

- ☐ сокращение времени на осуществление покупки товара;

- ☐ создание экономичных путей товародвижения;

- ☐ расширение ассортиментного предложения товаров в труднодоступных и отдаленных районах;

- ☐ предложение широкого ассортимента товаров в небольшом количестве (объеме).

Покупатель выбирает товар, исходя из ассортимента, представленного в каталогах, проспектах, телемагазинах. Каталог включает: порядковый номер товара; его наименование; изображение (фотографию); назначение и краткое описание товара; сертификат или другой документ, подтверждающий его качество; цену (с указанием срока ее действия).

Услугами посылочной торговли пользуются не только конечные покупатели (население), но и предприятия.

Для организации и осуществления посылочной торговли необходимо создание специализированных торговых предприятий или подразделений предприятий-изготовителей. Потребители товаров производственно-технического назначения используют эту форму торговли для получения небольших партий инструмента, запасных частей, рем-комплектов, в том числе и без индивидуальных заказов — стандартными посылками.

Развитию посылочной торговли способствует компьютеризация. Открытие виртуальных магазинов посылочной торговли предоставляет пользователям компьютерных сетей возможность заказывать и получать необходимые ресурсы с максимальным комфортом. Предприятия посылочной торговли должны в этом случае разработать порядок приема, оформления, исполнения заказов на поставку товаров посылками и доведения их до покупателей в установленные сроки.

Однако следует отметить, что сдерживающим моментом в развитии этого вида торговли является правовая незащищенность потребителя, даже не из-за недостатка правовых норм, а трудностей практической их реализации¹.

С точки зрения потребителя риск при подобной покупке является минимальным, если у покупателя есть возможность свободно обменять или вернуть товар.

Передвижная (разъездная) торговля

Торговля вразнос — это форма, при которой торговец разносит товары (например, молочные продукты) от дома к дому. В таком виде имеет ограниченное развитие. В настоящее время к этому виду торговли относят также развоз различных товаров на грузовиках покупателям, проживающим в сельской местности.

Мелочная торговля — торговцы организуют продажу ходовых товаров (табачных изделий, сладостей, газет, цветов и т. п.) в оживленных местах с прилавков (киосков).

¹ Более подробно о правовых вопросах организации посылочной торговли см.: *Крепкий Л.* Организация посылочной торговли // *Хозяйство и право.* — 1997. — № 2. — С.129-142.

Уличная торговля — продажа товаров каждодневного спроса: хлеба, молочных продуктов, яиц, фруктов, овощей, организованная в жилых кварталах с помощью передвижных средств.

Торговое предприятие — это первичное, основное звено сферы торговли, ее самостоятельный хозяйствующий субъект с правом юридического лица, созданный для закупки, хранения, реализации товаров и предоставления разного рода сопутствующих услуг в целях удовлетворения потребностей рынка и получения прибыли¹.

Основные признаки предприятия:

- предприятию должно быть присуще организационное единство — структура предприятия, технология и порядок управления;
- наличие обособленного имущества;
- имущественная ответственность за свои действия и обязательства;
- собственное имя (наименование).

3.3. Финансовое предпринимательство. Кредитование предприятий

Основным полем финансового предпринимательства являются банки, товарные биржи, страховые, лизинговые и аудиторские финансовые группы.

Они взаимосвязаны, дополняют друг друга и в целом являются основой всей кредитно-финансовой системы государства.

Понятие и виды финансирования и кредитования

Финансирование и кредитование представляют собой способы обеспечения денежными средствами предпринимательской деятельности.

¹ См.: Экономика торгового предприятия: Учебник для вузов / Рук. авт. кол. А. И. Гребнев. — М.: Экономика, 1996. — С. 92.

Финансирование — это безвозмездное и безвозвратное предоставление денежных средств в разных формах для осуществления какой-либо деятельности.

Принципами безвозвратности и безвозмездности финансирование отличается от кредитования, предусматривающего предоставление средств на условиях возвратности и возмездности (платности).

Правовой режим инвестирования отличается от финансирования главным образом тем, что инвестор приобретает право собственности на объект инвестиционной деятельности. При финансировании право собственности у субъекта, предоставившего денежные средства, не возникает. Кроме того, инвестициями могут быть любые материальные и нематериальные ценности, финансирование же осуществляется денежными средствами. Можно проследить различия и по целям деятельности (инвестиционная, как правило, ориентирована на получение прибыли), по субъектам этой деятельности.

Классификацию видов финансирования можно провести по ряду оснований. Так, в зависимости от источника финансирования, под которым следует понимать источник получения денежных средств, финансирование делится на государственное; самофинансирование; банковское; коммерческое.

Понятие и формы государственного финансирования предпринимательской деятельности

В рыночных условиях хозяйствования государство берет на себя обязанность финансировать приоритетные государственные программы развития промышленности, сельского хозяйства, транспорта, связи, а также обеспечивать денежными средствами функционирование социальной инфраструктуры. Источником государственного финансирования являются средства федерального бюджета или бюджета субъекта Российской Федерации. Рассматриваемый вид финансирования носит строго целевой характер. Расходование средств не по целевому назначению может служить основанием для применения мер ответственности. Для обеспечения возможности контроля за целевым

использованием государственных средств они отражаются на отдельных субсчетах по кредиту.

Государственное финансирование осуществляется в следующих формах:

- предоставление бюджетных средств на оплату товаров, работ, услуг, выполняемых физическими и юридическими лицами по государственным контрактам;

- предоставление дотаций, субсидий, субвенций физическим и юридическим лицам, а также бюджетам других уровней бюджетной системы Российской Федерации;

- предоставление бюджетных ассигнований казенным предприятиям на выполнение плана-заказа в случае недостаточности для этого их собственных средств¹.

Финансирование государственных нужд

Общие правовые и экономические принципы и порядок финансирования государственных нужд установлены федеральными законами “О поставках продукции для федеральных государственных нужд”, “О закупках и поставках сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для государственных нужд”, “О государственном оборонном заказе”, “О государственном материальном резерве” и др.

Государственные нужды — это потребности Российской Федерации в продукции, необходимой для решения задач жизнеобеспечения, обороны и безопасности страны и для реализации федеральных целевых программ и межгосударственных целевых программ, в которых участвует Российская Федерация. В целях организации работы по выполнению целевых программ и удовлетворению иных государственных нужд определяются государственные заказчики, которые и становятся главными распорядителями бюджетных средств. Целевые программы и государственные заказчики утверждаются Правительством РФ. Для выполнения целевых программ и обеспечения иных госу-

¹См.: *Ершова И. В.* Предпринимательское право. Вопросы и ответы. — М.: Юриспруденция, 2002. — С. 134.

дарственных нужд заключаются **государственные контракты**. Совокупность заключенных государственных контрактов представляет собой **государственный заказ**.

Утвержденные целевые программы и иные государственные нужды финансируются за счет средств федерального бюджета, средств бюджетов субъектов Российской Федерации, а также привлекаемых для выполнения программ внебюджетных источников: взносов участников реализации программ, целевых отчислений от прибыли организаций, заинтересованных в осуществлении программ, средств внебюджетных фондов и других поступлений. Перечень федеральных и межгосударственных целевых программ, принимаемых к финансированию из федерального бюджета, представляется Правительством РФ на утверждение Федеральному Собранию в составе федерального бюджета на очередной финансовый год. Финансирование закупок товаров, работ, услуг для государственных нужд осуществляется в пределах средств, предусмотренных на эти цели в федеральном бюджете, а также с учетом реального поступления в бюджет финансовых ресурсов. Финансирование осуществляется Министерством финансов РФ путем перечисления Главным управлением Федерального казначейства денежных средств государственным заказчикам в пределах бюджетных назначений. Платежные документы принимаются к исполнению только при наличии письменного подтверждения факта поставки товаров для государственных нужд государственному заказчику или факта выполнения работ и услуг. Полученные из бюджета средства должны расходоваться главными распорядителями средств строго по целевому назначению. Средства, направленные не по целевому назначению, засчитываются Минфином России в счет текущего финансирования и в дальнейшем не компенсируются. Контроль за строго целевым расходованием указанных средств осуществляется Федеральным казначейством и контрольно-ревизионными управлениями Минфина России.

Помимо непосредственного финансирования государственных нужд в целях экономического стимулирования поставщиков, изготовителей, подрядчиков в соответствии с законодательством

РФ им могут предоставляться льготы по налогу на прибыль; текущие и долгосрочные кредиты на льготных условиях; валютные средства, оставляемые на льготных условиях в их распоряжении при реализации продукции на экспорт. Виды, размеры и порядок предоставления финансовых льгот устанавливаются соответствующими органами власти при утверждении конкретной целевой программы или перечня других государственных нужд.

Финансирование путем предоставления дотаций, субсидий, субвенций

Финансовая помощь и поддержка со стороны государства могут заключаться в финансировании определенных затрат организаций (селективное санирование) или отраслей в целом путем предоставления дотаций, субсидий, субвенций. **Дотации** — это бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня бюджетной системы РФ на безвозмездной и безвозвратной основе для покрытия текущих расходов. **Субсидии** — это бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня бюджетной системы РФ, физическому или юридическому лицу на условиях долевого финансирования целевых расходов. **Субвенции** — бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня бюджетной системы РФ или юридическому лицу на безвозмездной и безвозвратной основе на осуществление определенных целевых расходов.

В качестве примера подобного финансирования можно привести государственную финансовую поддержку завоза продукции и товаров в районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности. Средства в этом случае выделяются из формируемого в составе федерального бюджета Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации. Порядок финансирования расходов на государственную финансовую поддержку закупки и доставки продукции (товаров) в районы Севера с ограниченными сроками завоза грузов был утвержден приказом Минфина РФ от 15 мая 2000 г. № 49н. В 2001 г., учитывая энергетический кризис в районах Крайнего Севера

и приравненных к ним местностях, за счет данного Фонда выделены субсидии в размере 6650 млн руб. на государственную финансовую поддержку закупки и доставки нефти, нефтепродуктов, топлива и продовольственных товаров в эти районы для снабжения населения и организаций социальной сферы и жилищно-коммунального хозяйства.

Финансирование казенных предприятий

Правовые основы такого финансирования закреплены в постановлении Правительства РФ от 15 декабря 2007 г. № 872 “О создании и регулировании деятельности федеральных казенных предприятий”. В основном финансирование деятельности казенных предприятий осуществляется за счет доходов от реализации продукции (работ, услуг). При их недостаточности заводу из федерального бюджета выделяются средства на реализацию плана развития завода (в том числе на осуществление государственных инвестиционных программ, выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ), содержание объектов социальной инфраструктуры, компенсацию убытков от выполнения плана-заказа. Указанные средства на финансирование казенных предприятий предусматриваются в федеральном бюджете отдельной строкой. Решение о выделении предприятию средств из федерального бюджета принимается Правительством РФ по представлению Министерства экономического развития и торговли РФ и Министерства финансов РФ. Выделение предприятию бюджетных средств производится только после представления уполномоченным органом этим министерствам сведений о расходовании бюджетных средств и общих результатах хозяйственной деятельности предприятия за предыдущий период. Не использованные казенным предприятием по истечении года бюджетные ассигнования подлежат возврату в федеральный бюджет. Предприятие представляет уполномоченному органу отчет о целевом использовании выделенных бюджетных ассигнований.

Государственное кредитование предпринимательской деятельности

Порядок осуществления государственного кредитования предпринимательской деятельности зависит от субъекта, которому предоставляются денежные средства. Государственным и муниципальным унитарным предприятиям могут предоставляться процентные и беспроцентные бюджетные кредиты на условиях и в порядке лимитов, которые предусмотрены соответствующим бюджетом. Получатели обязаны вернуть бюджетный кредит, а также предоставить информацию и отчет о его использовании в органы, исполняющие бюджет, и контрольные органы соответствующих законодательных (представительных) органов. Органы, исполняющие бюджет, ведут реестры всех предоставленных бюджетных кредитов.

Хозяйствующему субъекту, не являющемуся государственным или муниципальным унитарным предприятием, бюджетный кредит предоставляется на основании договора на условиях возмездности и обеспеченности. Способы обеспечения исполнения обязательств по возврату бюджетного кредита могут быть банковские гарантии, поручительства, залог имущества, в том числе в виде акций, иных ценных бумаг, паев, в размере не менее 100% предоставляемого кредита. Предоставленное обеспечение исполнения обязательств должно иметь высокую степень ликвидности. Обязательным условием выделения бюджетного кредита является проведение предварительной проверки финансового состояния получателя. Уполномоченные органы имеют право на проверку получателя бюджетного кредита, а также на проверку целевого использования последнего в любое время действия кредита. Кредит может быть предоставлен только тем юридическим лицам, которые не имеют просроченной задолженности по ранее выделенным на возвратной основе бюджетным средствам. Средства бюджетного кредита перечисляются заемщику на его бюджетный счет в кредитной организации. Операции и платежи за счет средств бюджетного кредита осуществляются заемщиком самостоятельно в соответствии с целями кредита и в порядке, предусмотренном гражданским законодательством.

Организациям определенных видов деятельности государственные средства предоставляются на льготных условиях.

За несвоевременный возврат государственных средств наступает финансовая санкция — Министерство финансов РФ имеет право сократить или прекратить предоставление заемщику всех форм государственной поддержки. При обнаружении фактов нецелевого использования средств Минфин имеет право приостановить выдачу средств заемщику. Поручитель отвечает перед Министерством финансов РФ в том же объеме, что и заемщик, включая сумму основного долга; уплату процентов за пользование средствами; пени на просрочку уплаты основной суммы долга и процентов; штрафные санкции за нецелевое использование средств; возмещение судебных издержек по взысканию долга и других убытков. Обязательства должны быть исполнены поручителем в течение 10 дней с момента получения письменного извещения Министерства финансов РФ или соответствующего Управления федерального казначейства о нарушении заемщиком взятых на себя обязательств по соглашению. Поручитель исполняет обязательство путем перечисления указанной в извещении суммы в доход федерального бюджета. К поручителю, исполнившему обязательства за заемщика, переходят все права Министерства финансов по этим обязательствам.

Одной из форм государственного кредитования является изменение срока уплаты налогов и сборов. Порядок организации работы по предоставлению отсрочки, рассрочки, инвестиционного налогового кредита по уплате федеральных налогов и сборов, а также пени, подлежащих зачислению в федеральный бюджет, регулируется налоговым законодательством.

Ответственность за правонарушения в сфере государственного финансирования и кредитования

Нормами Бюджетного кодекса РФ (далее — БК РФ) предусмотрена ответственность за нарушения, связанные с предоставлением (на возвратной и безвозвратной основе) и использованием государственных денежных средств. Ответственность наступает, в частности, при:

- нецелевом использовании бюджетных средств;
- непредставлении или несвоевременном представлении отчетов и иных сведений, необходимых для составления проектов бюджетов, их исполнения и контроля за их исполнением;
- иных нарушениях, предусмотренных гл. 28 БК РФ.

Мерами ответственности являются: предупреждение, наложение штрафов, начисление пени, изъятие в бесспорном порядке бюджетных средств и иные меры в соответствии с БК РФ и федеральными законами. Нормы об ответственности, предусмотренные БК РФ, конкретизируются законами о бюджете на соответствующий год.

Административная ответственность за правонарушения в рассматриваемой сфере предусмотрена Кодексом РФ об административных правонарушениях: за нецелевое использование бюджетных средств (ст. 15.14); за нарушение срока возврата бюджетных средств, полученных на возвратной основе (ст. 15.15); за нарушение сроков перечисления платы за пользование бюджетными средствами (ст. 15.16) и др.

Самофинансирование предпринимательской деятельности

Самофинансирование — это обеспечение производственно-хозяйственной деятельности предпринимателем за счет собственных средств. Самофинансирование осуществляется либо путем включения затрат в расходы, связанные с производством или реализацией, либо за счет прибыли, остающейся в распоряжении предпринимателя.

С экономической точки зрения затраты, финансируемые за счет себестоимости, — это затраты простого воспроизводства. Нужды расширенного воспроизводства финансируются предпринимателями за счет прибыли, остающейся в их распоряжении. Порядок формирования конечного финансового результата (прибыли или убытка) урегулирован НК РФ, Положением по бухгалтерскому учету “Доходы организации” ПБУ 9/99 и Положением по бухгалтерскому учету “Расходы организации” ПБУ 10/99. Исчисленная хозяйствующими субъектами прибыль

служит источником налогообложения при уплате ряда налогов. Остающаяся в распоряжении организаций чистая прибыль используется ими на образование фондов, создаваемых в соответствии с законодательством и (или) учредительными документами, на хозяйственные нужды, а также на иные цели. Прибыль, остающаяся в распоряжении организации, является источником реализации имущественной ответственности хозяйствующего субъекта перед государством.

Правовое регулирование банковского кредитования предпринимательской деятельности

Основным законодательным актом, регулирующим банковское кредитование, является ГК РФ, в котором содержатся нормы о кредитном договоре (ст. 819–821). Вопросам банковского кредитования посвящены также положения федеральных законов “О банках и банковской деятельности” и “О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)”. Подзаконное регулирование банковского кредитования осуществляется актами Президента РФ, Правительства РФ, Банка России, Минфина России и Министерства РФ по налогам и сборам¹. В качестве примера можно назвать Указ Президента РФ от 23 мая 1994 г. № 1005 “О дополнительных мерах по нормализации расчетов и укреплению платежной дисциплины в народном хозяйстве”. Среди подзаконных источников особая роль отводится актам Банка России, определяющим порядок предоставления кредитов, порядок начисления процентов по операциям, их отражения по счетам бухгалтерского учета и др. Банковское кредитование регулируется также актами Госбанка СССР, если они не отменены Банком России. Большое значение имеют локальные нормативные акты, разрабатываемые и утверждаемые конкретным банком и определяющие его политику по размещению средств, учетную политику; определяющие процедуры принятия решений по размещению банком денежных средств, распределение функций и полномочий между должностными лицами и др.

¹ В настоящее время Федеральная налоговая служба.

Принципы банковского кредитования

В соответствии со ст. 819 ГК РФ по кредитному договору банк обязуется предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее. Нормативно-правовыми актами предписано осуществлять банковское кредитование на принципах возмездности, возвратности, срочности и резервности. Кроме того, договор может быть заключен на принципах целевого предоставления кредита и при наличии обеспечения.

Возмездность означает взимание платы в виде процентов за пользование кредитом. Размер процентной ставки определяется сторонами кредитного договора самостоятельно.

Принцип возвратности означает, что полученные денежные средства должны быть возвращены кредитору. Возврат может быть разовым или по частям. Он осуществляется перечислением денег со счета заемщика на корреспондентский счет банка. Из принципа возвратности вытекает принцип срочности, суть которого заключается в том, что денежные средства предоставляются на определенный срок, по истечении которого они должны быть возвращены банку. В случае несвоевременного возврата кредита с заемщика взимаются штрафные проценты. В зависимости от срока, на который предоставляются денежные средства, выделяют краткосрочный кредит, выдаваемый на срок менее года; долгосрочный кредит, который выдается на один год и более.

В соответствии с **принципом резервности** банки-кредиторы обязаны создавать резервы на возможные потери по предоставленным (размещенным) денежным средствам в порядке, установленном Банком России, в целях покрытия возможных потерь, связанных с невозвратом заемщиками полученных денежных средств.

Принцип обеспечения означает предоставление ссуды под обеспечение ее залогом имущества, банковскими гарантиями и иными, предусмотренными законодательством способами.

В зависимости от наличия реального обеспечения и числа дней просрочки все кредиты классифицируются по группам риска. Принцип целевого предоставления кредита означает, что кредит выдается на определенные в договоре цели. В договоре предусматриваются меры контроля за целевым использованием кредита и санкции за нарушение данного условия. При осуществлении льготного кредитования цели выделения денежных средств определяются соответствующим нормативно-правовым актом.

Предоставление денежных средств кредитными организациями

Порядок предоставления (размещения) кредитными организациями денежных средств и их возврата (погашения) определен Положением Банка России от 31 августа 1998 г. № 54-П. Предоставление денежных средств осуществляется:

1) юридическим лицам — только в безналичном порядке путем зачисления денежных средств на расчетный или корреспондентский счет/субсчет клиента-заемщика;

2) физическим лицам — в безналичном порядке путем зачисления денежных средств на банковский счет клиента-заемщика физического лица в банке либо наличными денежными средствами через кассу банка;

3) юридическим и физическим лицам средств в иностранной валюте — уполномоченными банками в безналичном порядке.

Размещение банком кредитов клиентам банка осуществляется следующими способами:

1) разовым зачислением денежных средств на банковские счета либо выдачей наличных денег заемщику — физическому лицу;

2) открытием кредитной линии, т. е. заключением соглашения/договора о максимальной сумме кредита, которую заемщик сможет использовать в течение обусловленного срока и при соблюдении определенных условий соглашения;

3) кредитованием банком банковского счета клиента-заемщика, при недостаточности или отсутствии на нем денежных средств и неоплате расчетных документов со счета клиента банка, если условиями договора банковского счета предусмотре-

но проведение указанной операции. Кредитование банком счета осуществляется при установленном лимите (т. е. максимальной сумме, на которую может быть проведена указанная операция) и сроке, в течение которого должны быть погашены возникающие кредитные обязательства клиента;

4) участием банка в предоставлении (размещении) денежных средств клиенту на синдицированной (консорциальной) основе;

5) другими способами, не противоречащими действующему законодательству и настоящему Положению.

Предоставление средств клиенту производится на основании распоряжения, составленного специалистами уполномоченного подразделения банка и подписанного уполномоченным должностным лицом банка. В распоряжении указывается номер и дата договора/соглашения, сумма предоставляемых (размещаемых) средств, срок уплаты процентов и размер процентной ставки, срок возврата средств (общей суммы или каждой суммы, если погашение будет осуществляться по частям), цифровое обозначение группы кредитного риска, стоимость залога, сумма, на которую получена банковская гарантия или поручительство, другая необходимая информация.

Возврат денежных средств субъектом предпринимательской деятельности

Возврат денежных средств и уплата процентов по ним производится путем:

1) списания денежных средств с банковского счета клиента-заемщика по его платежному поручению;

2) списания денежных средств в порядке очередности, установленной законодательством, с банковского счета клиента-заемщика, обслуживающегося в другом банке, на основании платежного требования банка-кредитора. Такой вариант возможен, если договором предусмотрена возможность списания денежных средств без распоряжения клиента — владельца счета. При этом клиент-заемщик обязан письменно уведомить банк, в котором открыт его счет, о своей согласии на безакцепт-

ное списание средств в соответствии с заключенным договором в порядке, установленном ст. 847 ГК РФ;

3) списания денежных средств с банковского счета клиента-заемщика, обслуживающегося в банке-кредиторе, на основании платежного требования банка-кредитора, если условиями договора предусмотрено проведение указанной операции;

4) перечисления средств со счетов клиентов-заемщиков — физических лиц на основании их письменных распоряжений;

5) иными способами, предусмотренными законодательством.

Товарный и коммерческий кредит

Договор товарного кредита представляет собой обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками (ст. 822 ГК РФ). К такому договору применяются правила о кредитном договоре, если иное не предусмотрено сторонами и не вытекает из существа обязательств. Условия о количестве, ассортименте, комплектности, качестве, таре и упаковке предоставляемых вещей исполняются в соответствии с правилами о договоре купли-продажи товаров, если иное не предусмотрено договором. На практике договор товарного кредита заключается субъектами предпринимательской деятельности при необходимости временного заимствования сырья, материалов, иных неденежных средств и на условии их возврата в установленные сроки.

Коммерческое кредитование предусматривает предоставление субъектами предпринимательской деятельности кредита в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ, услуг (ст. 823 ГК РФ). Таким образом, действующее законодательство в качестве коммерческого кредита рассматривает кредит, предоставляемый не по самостоятельному заемному обязательству, а во исполнение договоров на реализацию товаров, выполнение работ или оказание услуг. Если иное не предусмотрено договором, из которого возникло соответствующее обязательство, и не противоречит существу такого обязательства, к коммерческому кредиту применяются правила гл. 42 ГК РФ о займе и кредите.

Аудиторская деятельность как составная часть финансово-кредитного предпринимательства. Правовое регулирование аудита

Правовые основы осуществления аудиторской деятельности в Российской Федерации определяются Федеральным законом от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» (далее — Закон об аудите).

Единые требования к порядку осуществления аудиторской деятельности, оформлению и оценке качества аудита и сопутствующих ему услуг, а также к порядку подготовки аудиторов и оценке их квалификации содержатся в правилах (стандартах) аудиторской деятельности.

Закон об аудите предполагает принятие:

1) федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности, которые являются обязательными для аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов, аудируемых лиц и утверждаются Правительством РФ;

2) внутренних правил (стандартов) аудиторской деятельности, принятых в профессиональных аудиторских объединениях, а также правил (стандартов) аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов.

Советом по аудиторской деятельности при Минфине РФ 30 октября 2008 г. (протокол № 69) одобрено Временное положение об организации и осуществлении контроля за соблюдением аудиторами правил (стандартов) профессиональной деятельности и профессиональной этики.

Понятие аудиторской деятельности

Аудиторская деятельность (аудит) представляет собой предпринимательскую деятельность по независимой проверке бухгалтерского учета и финансовой (бухгалтерской) отчетности организаций и индивидуальных предпринимателей, т. е. аудируемых лиц. Аудиторская деятельность является одним из видов предпринимательской деятельности. Поэтому ей присущи все признаки предпринимательской деятельности: самостоятель-

ность, риск, направленность на систематическое получение прибыли, зарегистрированность.

Сопутствующие аудиту услуги

Помимо аудита аудиторские организации и индивидуальные аудиторы могут оказывать сопутствующие аудиту услуги. К ним, в частности, относятся:

- постановка, восстановление и ведение бухгалтерского учета;
- составление бухгалтерской отчетности, бухгалтерское консультирование;
- анализ финансово-хозяйственной деятельности, экономическое и финансовое консультирование;
- управленческое, правовое консультирование;
- представительство в судебных и налоговых органах по налоговым и таможенным спорам;
- оценка стоимости имущества, предприятий как имущественных комплексов, предпринимательских рисков;
- разработка и анализ инвестиционных проектов, составление бизнес-планов;
- проведение обучения и оказание других услуг по профилю своей деятельности.

Принципы аудиторской деятельности

При осуществлении своей деятельности аудиторы должны руководствоваться принципами независимости, полноты, конфиденциальности, профессиональной компетентности, добросовестности и честности.

Принцип независимости заключается в обязательности отсутствия у аудитора при формировании его мнения финансовой, имущественной, родственной или какой-либо иной заинтересованности в отношении проверяемого субъекта, превышающей отношения по договору на осуществление аудиторских услуг, а также какой-либо зависимости от третьей стороны, собственников или руководителей аудиторской организации, в которой аудитор работает. Требования к аудитору в части обеспечения

независимости и условия, позволяющие считать, что аудитор не является зависимым, регламентируются Законом “Об аудиторской деятельности”.

Принцип полноты выражается в требовании достаточности состава проверяемых документов экономического субъекта для получения объективной оценки их достоверности или недостоверности.

Принцип конфиденциальности (аудиторская тайна) заключается в том, что аудиторы (аудиторские организации) обязаны обеспечивать сохранность документов, получаемых или составляемых ими в ходе аудиторской деятельности, и не вправе передавать эти документы или их копии (как полностью, так и частично) каким бы то ни было третьим лицам либо разглашать устно содержащиеся в них сведения без письменного согласия организаций и (или) индивидуальных предпринимателей.

Принцип конфиденциальности должен соблюдаться и тогда, когда разглашение или распространение информация о проверяемом экономическом субъекте не наносит ему материального или иного ущерба.

Цели аудиторской деятельности

Основными целями аудиторской деятельности являются:

а) выражение мнения о достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности аудируемых лиц. Достоверность бухгалтерской отчетности — это такая степень точности данных бухгалтерской отчетности, которая позволяет пользователю делать на ее основании правильные выводы о результатах деятельности, финансовом и имущественном положении аудируемых лиц и принимать базирующиеся на этих выводах обоснованные решения;

б) выражение мнения о соответствии порядка ведения бухгалтерского учета законодательству РФ.

3.4. Консультативное предпринимательство

Консультант (от лат. consultant — советующий) — это специалист, дающий советы по решению вопросов в своей области.

В зарубежной практике коммерческая, платная, консультация по вопросам управления получила название консалтинг. По определению Европейской федерации ассоциаций консультантов по экономике и управлению, менеджмент-консалтинг заключается в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем или возможностей, рекомендацию соответствующих мер и помощь в их реализации.

В странах с развитой рыночной экономикой вложения средств в интеллектуальный капитал в форме консультационных услуг считаются не менее эффективными, нежели вложения в новое оборудование или передовую технологию. В РФ в современных условиях подобного отношения к консультанту не наблюдается. Более того, имеющийся интеллектуальный потенциал в области экономики и управления используется далеко не полностью. Наблюдается парадоксальная ситуация: большинство предприятий находится в тяжелом экономическом положении по причинам организационно-управленческого характера, неприспособленности к рыночным условиям, при этом не используется имеющийся интеллектуальный потенциал в данной области.

Те же руководители, которые своевременно прибегли к помощи консультантов, уже ощутили пользу и экономический эффект финансово-хозяйственного анализа, разработки программ оздоровления, активного маркетинга, разработки инвестиционной и финансовой политики и т. д. Консалтинговые услуги могут осуществляться в форме устных разовых советов. Однако чаще всего они предоставляются в виде консалтинговых проектов и включают в себя следующие основные этапы:

- выявление проблем (диагностика);
- разработка решений, проекта;
- осуществление решений, проекта.

Заключительный этап в зависимости от объема проекта может занимать от нескольких дней до нескольких месяцев. Иногда контакты с клиентами могут быть и многолетними.

Методы консультирования

Методы консультирования могут быть различными. Наиболее известны и применяемы три вида консультирования: экспертное, процессное и обучающее.

Экспертное консультирование — наиболее пассивная форма консалтинга. Здесь консультант самостоятельно осуществляет диагностику, разработку решений и рекомендаций по их внедрению. Клиент при этом лишь обеспечивает консультанта необходимой информацией. При **процессном консультировании** специалисты консалтинговой фирмы на всех этапах разработки проекта активно взаимодействуют с клиентом, побуждая его высказывать свои идеи, предложения; консультанты вместе с клиентом анализируют проблемы и разрабатывают предложения. При **обучающем консультировании** главная задача специалистов — подготовить почву для возникновения идей, для выработки решений. С этой целью они проводят у клиента лекции, семинары, разрабатывают для клиента учебные пособия, предоставляя тем самым всю необходимую теоретическую и практическую информацию. На практике в чистом виде ни один из перечисленных методов консультирования не применяется, применяются, как правило, комбинации всех трех.

В промышленно развитых странах консультационные услуги уже много лет являются важнейшим элементом инфраструктуры рыночной экономики. Консалтинг выделен статистикой в самостоятельную отрасль. В США в этой отрасли занято около 700 тыс. человек, а годовой объем услуг составляет порядка 50 млрд долл. Ни одно серьезное экономическое и управленческое решение не только в экономически развитых, но и в развивающихся странах не принимается без использования консультантов. В РФ в настоящее время насчитывается несколько сотен частных консалтинговых фирм (для сравнения: в Голландии их насчитывается более 2000).

Помимо частных фирм консультационные услуги на коммерческих началах оказывают государственные, учебные, информационные и исследовательские организации. В РФ дей-

ствуют и зарубежные фирмы. Если российские консультанты хорошо разбираются в современной экономической ситуации РФ, обладают высоким интеллектуальным и образовательным потенциалом, широко мыслят и знакомы с механизмом рыночной экономики западного типа, то достоинством зарубежных консалтинговых фирм являются хорошее владение методами консультирования и детальное знание рыночной экономики западного типа.

Организация выполнения консультационного проекта

После того как установлен контакт с фирмой-клиентом, приступают к разработке предложения. Разработка начинается с совместного обсуждения проекта клиентом и консультантом. Перед этим необходимо получить достаточно подробную информацию о фирме-клиенте. Консультанту необходимо знать, что производит или чем занимается фирма; каковы численность работающих, их квалификация, доля управленческого персонала; каковы объем производства или работ, услуг, структура затрат, величина прибыли и ее источники, финансовое положение фирмы, наличие договоров, надежность партнеров. Затем определяются ситуация, динамика ее изменения и суть проблемы. Далее составляется план-график выполнения работ и оформляются необходимые юридические документы. Особое внимание следует обратить на план-график выполнения работ, наиболее точно определить сроки их завершения. Престиж консультанта в значительной степени будет сохранен, если не произойдет срыва намеченных сроков выполнения работ или их значительного опережения.

Следует определить также, в какой форме предполагается завершить работу: будет ли это услуга или достижение конкретного результата. Все это должно найти отражение в плане-графике работ. В ходе выполнения заказа необходимо учесть психологию фирмы-заказчика. По мере продвижения работы интерес клиента будет падать и надо принять меры к поддержанию интереса. Для этого в период наибольшего интереса рекомендуется реализовать какой-либо промежуточный вариант. Это могут быть конкретное предложение для руководства

фирмы-заказчика, обсуждение предложений консультанта на служебном совещании, подготовка приказа о реализации отдельных предложений и др. В заключение оформляется письменный отчет, либо план мероприятий по реализации проекта, либо перечень рекомендаций. Не исключаются и другие, заранее оговоренные виды оформления результатов консультации.

Способы привлечения клиентов консалтинговой фирмой

Особенности рынка консультационных услуг состоят в том, что у фирм, занимающихся этим видом деятельности, отсутствует возможность показать образец своей услуги. Поэтому перед такими фирмами очень остро стоит задача привлечения клиентов.

Способы привлечения клиентов различны. Это могут быть рекламирование своих возможностей, привлечение клиентов через посредников, использование рекомендаций предыдущих заказчиков, положительно отзывающихся о деятельности фирмы, и др.

Наиболее простой и широко применяемый способ — рекламирование. Фирма распространяет различного рода рекламные справки, рекламные объявления, в которых приводятся ее возможности в области консультирования, примерная стоимость услуг, ссылка на успешно выполненные проекты. Широко распространена такая форма привлечения клиентов, как использование посредников. Ими могут быть сотрудники фирм-клиентов, пользующиеся доверием у своего руководителя. В западных странах разработаны специальные методики для поиска такого посредника. На эти цели выделяются специальные средства.

Конечно, решающим фактором, определяющим престиж фирмы-консультанта, служит ее успешная, результативная предыдущая деятельность. Положительные рекомендации крупных или даже средних клиентов — лучшая реклама.

Определенную роль в обеспечении заказов по консультированию может сыграть имидж фирмы-консультанта. Наличие

визитной карточки, проспекта, соответствующая обстановка в офисе, внешний вид, одежда и приветливость сотрудников фирмы — все это может повлиять на положительное решение заказчика сотрудничать с данной фирмой-консультантом.

Насколько вообще нужны фирме консультанты? Для нынешнего этапа развития экономики РФ, когда экономическая ситуация и деятельность отдельных предприятий претерпевают существенные изменения и постоянно возникают новые проблемы, ответ может быть только однозначным: да, нужны, необходимы. Однако, учитывая ограниченность финансовых средств большинства предприятий, следует приглашать консультантов главным образом для выявления и установления степени важности самих проблем предприятия, фирмы. И начинать надо с решения главной проблемы — стратегии развития предприятия. Лишь после этого следует консультироваться по проблемам маркетинга, развития инновационного потенциала и прочим проблемам.

Контрольные вопросы

1. Основные признаки классификации предпринимательской деятельности.
2. Какие основные факторы влияют на производственное предпринимательство?
3. Состав основных производственных фондов предприятия и его характеристика.
4. Дайте характеристику оборотным средствам предприятия.
5. Как рассчитываются такие показатели, как прибыль, доход, рентабельность?
6. Кто составляет основу финансового предпринимательства?
7. Формы государственного финансирования предпринимательской деятельности.
8. Государственное кредитование предпринимательской деятельности.

9. Принципы банковского кредитования предприятий.
10. В чем суть аудиторской деятельности?
11. Сущность и этапы проектирования консультационных услуг.
12. Какие вы знаете методы консультирования?
13. Укажите основные способы привлечения клиентов консалтинговой фирмой.
14. Организация выполнения консультационного проекта.

Глава 4. ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

В регулируемой рыночной экономике граждане страны по-разному проявляют свою экономическую активность, т. е. желание работать и зарабатывать деньги. Это зависит от многих факторов: от дохода и профессии родителей, от воспитания и получения образования, от характера и способностей самого человека, от судьбы и карьеры родных и знакомых, но главное — от жизненной цели, которую в молодости ставит себе каждый человек.

Как утверждают психологи, достижение поставленной цели зависит в первую очередь от темперамента и характера человеческой личности. У человека может быть либо активное, либо пассивное поведение в обществе.

Заработок индивидуальных предпринимателей зависит только от них самих, не гарантирован никаким минимумом и не ограничен максимумом.

Индивидуал (таксист, художник) может регулировать свой доход трудом и талантом, а предприниматель зарабатывает свою прибыль разумом, трудом, риском, воображением.

Кто же такой предприниматель?

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ —

□ *новатор*, придумывающий новые или улучшенные виды товаров, новые технологии или новое применение старым технологиям, новые формы услуг;

□ *инициатор*, соединяющий все факторы (ресурсы) производства (финансовые, интеллектуальные, материальные, трудовые и т. д.) в единый процесс производства товаров (выполнения работ);

□ *организатор производства*, определяющий структуру взаимосвязи всех технологических звеньев;

□ *человек риска* — расчетливого и разумного, на который он идет ради достижения цели, стоящей перед предприятием;

□ *гарант доходности* работы предприятия, а также ответственности (моральной и материальной) в случае убытков или банкротства.

Человеку, который хочет самостоятельно реализовать свои возможности, занимаясь предпринимательством, надо решить для себя два кардинальных вопроса: какое дело (работу, бизнес) выбрать; станут ли люди платить свои деньги за то, что им предложат?

Действительно, за многовековую историю человечества в мире, кажется, создано все, что может потребоваться людям. В супермаркетах, на рынках и в магазинах есть любые товары, продукты, изделия — иди и покупай!

По мере потребления товары изнашиваются, ломаются, а мода на одежду, обувь меняется из года в год. Повысились требования к качеству, внешнему виду, техническим и эксплуатационным свойствам бытовой техники, мебели, автомашин, спортивного снаряжения. Потребности людей постоянно растут. Меняются взгляды, а значит, должны изменяться и товары, продукты, услуги. Так было и будет всегда. Измененные, усовершенствованные, удешевленные и улучшенные товары *первыми предлагают настоящие предприниматели*.

Свое дело, свой бизнес предприниматель должен найти сам!

Никакие занятия и опыт не помогут, если человек не научится самостоятельно мыслить.

4.1. Предпринимательская идея

Начинающий предприниматель должен обладать прежде всего идеей, которую можно характеризовать как предпринимательскую идею, основанную на инновации, включающую в себя инновационные моменты деятельности.

Наличие идеи, реальной для начала предпринимательской деятельности, — основной фактор, условие производства. Предпринимательская идея — это четкое представление о том, как и путем каких конкретных действий предпринимателя потребность потенциального покупателя может быть удовлетворена.

Предпринимательская идея имеет две особенности:

□ без ее наличия предпринимательская деятельность вообще невозможна;

□ любой функционирующий предприниматель в своей деятельности не может избежать процесса накопления, отбора и сравнительного анализа предпринимательских идей.

Как свидетельствует зарубежная практика, источников новых идей — множество: отзывы потребителей; продукция конкурентов; мнения работников торговли; материалы публикаций государственных структур; научно-исследовательские работы.

В поиске новых идей предприниматель уделяет большое внимание мнению потребителей, поскольку его конечная цель — удовлетворение их запросов. Для этого используются и организуются неформальные специальные каналы обратной связи с потребителем.

Предприниматель должен также внимательно относиться к товарам и услугам, предлагаемым другими фирмами. В результате подробного анализа можно выяснить, что и как можно улучшить. И эта идея ложится в основу нового предприятия.

Мнения торговых работников и сбытовых организаций — это также ценный источник новых идей. Благодаря знанию потребностей рынка торговые работники могут подсказать что-то принципиально новое, могут оказать содействие в маркетинге новой идеи или продукции, разработанной предпринимателем.

Федеральное правительство также может оказать помощь в поиске новых идей и их развитии. Патентное бюро регистрирует все изобретения и идеи принципиально новых продуктов. Их изучение может натолкнуть на новые идеи.

В еженедельниках, выпускаемых патентным бюро, печатаются аннотации ко всем выданным патентам, предлагаемым

на лицензирование и продажу. Существуют также и другие государственные агентства (например, Комитет по науке и технике), которые также могут оказать помощь предпринимателю в получении информации о конкретном продукте. Идеи новых продуктов могут подсказать законодательные акты.

Эффективным источником новых идей являются собственная научно-исследовательская и опытно-конструкторская деятельность предпринимателя. Начинающему предпринимателю приходится задумываться над проблемой накопления, отбора и сравнительного анализа различных идей.

1. Предприниматель осуществляет накопление идей, которые могли бы составить предмет его предпринимательской активности; накопление идей — результат осмысления окружающей действительности: рынка, поведения потребителей и конкурентов, уровня развития науки, техники и технологии.

2. Предприниматель ведет отбор конкретных идей из накопленного объема; отбор осуществляется по разным критериям в зависимости от конкретной ситуации, в которой он находится. Таким критерием могут быть: эффективность идеи, перспективы ее развития, длительность подготовительного периода, размер требуемого капитала, степень доступности необходимых факторов производства (сырья, рабочей силы, техники, оборудования).

3. Предприниматель проводит сравнительный анализ отобранных идей, который осуществляется по их совокупности критериев; вся информация должна заноситься в банк предпринимательских идей. Решение о выборе лучшей идеи принимается в соответствии с целями, которые предприниматель ставит перед собой.

Предприниматель должен понимать, что работа по отбору перспективных идей должна составлять основную часть его профессиональных обязанностей, т. е. основу его бизнеса.

Поиск и отбор предпринимательских идей предполагает:

□ знание потребителя, его потребностей в том или ином товаре или услуге;

□ объективную оценку предпринимателем своих собственных возможностей, умений, навыков, которые позволяют реализовать идею;

□ обладание информацией об уровне развития науки, техники и технологии.

Обладание необходимой информацией представляет собой *второй фактор предпринимательской деятельности*.

Предприниматель, принявший решение о практическом воплощении идеи, должен выбрать эффективную технологию. Именно инновационный момент в его деятельности сводится к внедрению в процессе производства новой технологии.

Понятие технологии в общем виде представляет собой совокупность методов, приемов и навыков по изменению состояния, свойств, формы сырья при изготовлении новой продукции, а также методов организации и управления процессом производства. Выбор предпринимателем конкретной технологии имеет важную экономическую проблему, связанную с оценкой эффективности его предприятия.

Технология, избранная предпринимателем для реализации идеи, требует определенного материального обоснования: оборудование, машины, приспособления, различные ресурсы (энергетические, транспортные, сырьевые, трудовые). Кроме того, необходимо иметь здание, а также земельный участок, занятый под производственные мощности. Технические элементы выступают как *третий фактор предпринимательской деятельности*.

В совокупности все виды деятельности, включающие реализацию предпринимательской идеи, выбор технологии и ее материальное обеспечение становятся возможными только тогда, когда у предпринимателя есть возможность использовать еще один, *четвертый фактор предпринимательской деятельности*, — капитал в требуемой форме (материальной или денежной) и требуемом объеме.

Под капиталом понимают материальные или финансовые средства, а также интеллектуальные наработки и организационные навыки, использующиеся в процессе предпринимательской деятельности и служащие средством изъятия прибыли.

Организация нового предприятия любого типа связана с капиталом, объем которого зависит от планов предпринимателя, его предпринимательской идеи и отрасли, где предполагается ее

внедрение. К основным способам формирования первоначального капитала относятся:

- ☐ финансовые итоги предыдущей деятельности;
- ☐ собственные сбережения;
- ☐ заемные средства.

Таким образом, в процессе предпринимательской активности обязательны четыре фактора: *идея, технология, средства производства и капитал*. Зарубежная практика выделяет еще один, *пятый фактор* — самого предпринимателя, без которого невозможна никакая предпринимательская деятельность. Именно предприниматель осуществляет комбинирование четырех факторов для достижения определенных целей, правильный выбор эффективной формы комбинирования выступает в качестве показателя уровня квалификации предпринимателя.

Выбрать новую идею не так-то просто, хотя существуют специальные методы, помогающие не только выработать, но и оценить новые идеи. В практике организации предпринимательской деятельности наиболее распространены следующие методы: целевые обсуждения, метод “мозговой атаки”, инвентаризация “слабых мест”, методы творческого решения проблем (табл. 4.1).

Таблица 4.1

Методы творческого решения проблем

Название метода	Краткая характеристика
1. Метод “мозговой атаки”	Представляет собой неструктурированный процесс генерирования возможных идей по поставленной проблеме, спонтанно предлагаемых участникам — работникам разных профессий; участники не должны критиковать друг друга или высказывать какие-либо отрицательные оценки
2. Метод синектического познания	Аналогично первому методу, но при этом разрешается высказывать критические замечания с целью выявления недостатков предлагаемых идей и разработки путей их устранения. Процесс, заставляющий участников использовать для решения проблемы один из четырех механизмов аналогий: личностный, прямой, символический и фантазийный

Название метода	Краткая характеристика
3. Метод Гордона	Участники заранее не знают сути проблемы, которая будет обсуждаться: излагается общая концепция, участники высказывают свои идеи по поводу услышанного; исходная концепция уточняется и вскрывается проблема, по которой участники высказывают совершенно конкретные предложения
4. Метод вопросника	Новые идеи вырабатываются на основе составленного списка вопросов или предложений, имеющих отношение к анализируемой проблеме. Вопросник составляется в произвольной форме, вопросы должны быть универсальны
5. Метод вмененных связей	Позволяет детализировать обдумываемую проблему, выявить входящие в нее элементы, заново переосмыслить, перекомпоновать и на основе новой комбинации построить новую концепцию или идею
6. Эвристический метод	Основан на логических рассуждениях, интуиции и прошлом опыте; применяется в условиях ограниченности или неполноты информации, когда о результатах можно только догадываться, но с уверенностью судить нельзя
7. Список атрибутов	Предполагает создание списка составляющих исследуемого объекта или проблемы, изучение каждой из них с разных точек зрения. Устанавливаются связи между понятиями и создается новая комбинация понятий, описывающих новое решение
8. Параметрический анализ	Включает два этапа: идентификацию параметров и творческий синтез. Первый этап включает анализ всех переменных, описывающих ситуацию; оценку их значимости и выбор важнейших. Второй этап связан с изучением взаимосвязей между параметрами, характеризующими изучаемый объект
9. Матричный метод	Основан на структуризации проблемы путем построения матрицы: столбцы — обсуждаемые варианты товаров, а строки — рыночные атрибуты этих товаров, записанные в виде конкретных вопросов; ответы заносятся в соответствующие клетки матрицы

Целевые обсуждения как метод выработки новых идей впервые начали применять в начале 50-х гг. XX в. Метод заключается в проведении совещания в виде открытой дискуссии. При этом ведущий дискуссию в прямой или косвенной форме нацеливает собравшихся на обсуждение определенной области, в которой ведется поиск новой идеи, также оценивается перспективность возможных идей предпринимательской деятельности и концепции.

Метод “мозговой атаки” основан на побуждении творческой инициативности человека путем участия в дискуссии с элементами игры. Предприниматель собирает группу людей, желающих принять участие в выработке и обслуживании новых идей. При использовании этого метода необходимо строго придерживаться следующих четырех правил:

1. Никаких критических замечаний — авторы идей не должны быть стеснены в высказываниях.

2. Следует всячески поощрять свободный полет мысли — чем экстравагантней идеи, тем лучше.

3. Идей должно быть высказано как можно больше — чем больше идей, тем больше вероятность, что среди них попадется нечто дельное.

4. Желательно, чтобы участники обсуждения подхватывали идеи, высказанные другими, строили их комбинации, развивали их.

Метод “мозговой атаки” должен содержать элементы игры, а не напоминать деловое совещание.

Обсуждение списка “слабых мест” — еще один метод выработки новых идей, который аналогичен методу целевых обсуждений. Различие в том, что в данном случае им предлагают заранее составленный список возможных “слабых мест”. Применяется для отбора наиболее эффективных товаров, удовлетворяющих потребителя, что гораздо легче, чем придумать совершенно новый товар. Этот метод также применяется для оценки перспективности уже имеющихся идей новых товаров.

Целесообразно результаты анализа “слабых мест” использовать для предварительного отбора идей, а затем проводить

более глубокое исследование рынка сбыта, чтобы выявить истинное отношение к новым товарам потребителя.

Применение методов творческого решения проблем является необходимым условием для удачного предпринимательства. Характеристика этих методов представлена в табл. 4.1.

4.2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

В рыночной экономике особое место отводится предпринимателю, способному выполнять исключительно важную функцию на предприятии — “зарабатывание прибыли”. Предприниматель должен обладать особым набором качеств: инициативностью, склонностью к новому, расчетливостью и т. п. Очень часто предприниматель работает по найму, не являясь собственником предприятия.

Внешняя сторона деятельности предприятия обусловлена отношениями с поставщиками, потребителями продукции предприятия, партнерами и соперниками (конкурентами), кредиторами, государственными органами. Предприятия не существуют вне окружающей экономической среды.

Это исторически определенная общественная форма функционирования производительных сил, первичное звено общественного разделения труда.

Из вышеприведенных определений вытекает, что предприятие есть:

- комплекс средств производства, обладающих технологическим единством, приспособлений для изготовления определенного продукта или оказания услуг;
- коллектив людей, связанный определенными социально-экономическими отношениями и интересами;
- целостная микроэкономическая система с завершенным воспроизводственным процессом на основе обособления ресурсов и их полном самостоятельном обороте.

Важнейшей характеристикой предприятия, предопределяющей форму его экономической деятельности, является сте-

пень экономической свободы (самостоятельность). (При этом необходимо понимать, что абсолютной экономической свободы не существует.)

Влияние формы собственности и степени экономической свободы предприятия на формы деятельности и хозяйствования представлено в табл. 4.2.

Таблица 4.2

Основные экономические характеристики предприятия

Форма собственности	Степень экономической свободы	Форма деятельности	Форма хозяйствования
<i>Частная</i>	Полная экономическая свобода	Предпринимательство	Коммерческий расчет
<i>Государственная и муниципальная</i>	Частичная (ограниченная) экономическая свобода	Государственное предпринимательство	Хозрасчет, бюджетная форма

Полная экономическая свобода (самостоятельность) на базе частной собственности проявляется в следующем:

- 1) полная самостоятельность предприятия в распоряжении выпускаемой продукции, полученной прибылью, установлении цен на продукцию, заработной платы, выборе партнеров и т. д.;
- 2) полная экономическая ответственность за результаты хозяйственной деятельности, вплоть до банкротства;
- 3) наличие, наряду с общей целью — максимизацией прибыли, локальных целей производства: обеспечение выживаемости, завоевание рынка и т. п., т. е. свобода целеполагания.

Относительная экономическая свобода на базе государственной и муниципальной собственности проявляется в следующем:

- 1) ограниченная самостоятельность предприятия, регламентируемая курирующим ведомством и правительством;
- 2) ограниченная ответственность предприятия, выражающаяся в государственной поддержке в форме дотаций, субсидий, льгот в налогообложении и т. п.;
- 3) подчинение цели производства экономическим целям (интересам) государства.

Все предприятия (как частного, так и государственного сектора экономики) в процессе функционирования действуют в рамках определенных законов, правовых норм, т. е. в системе правовых отношений. Поэтому предприятие является не только хозяйствующим субъектом экономики, но одновременно выступает юридическим лицом — субъектом и объектом права.

В соответствии с ГК РФ юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету.

Предприятия могут быть сгруппированы по различным критериям (признакам):

- ☐ по видам производственных товаров и услуг;
- ☐ по приоритетным направлениям деятельности;
- ☐ степени эффективности производства;
- ☐ степени специализации;
- ☐ региональной принадлежности;
- ☐ по организационно-правовым различиям и т. д.

Рассмотрим более подробно классификацию предприятий по организационно-правовым различиям, связанных в первую очередь с юридическими принципами закрепления собственности (рис. 4.1).

Самая многочисленная группа предприятий — хозяйственные товарищества и общества (ст. 66 ГК РФ).

Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на праве собственности.

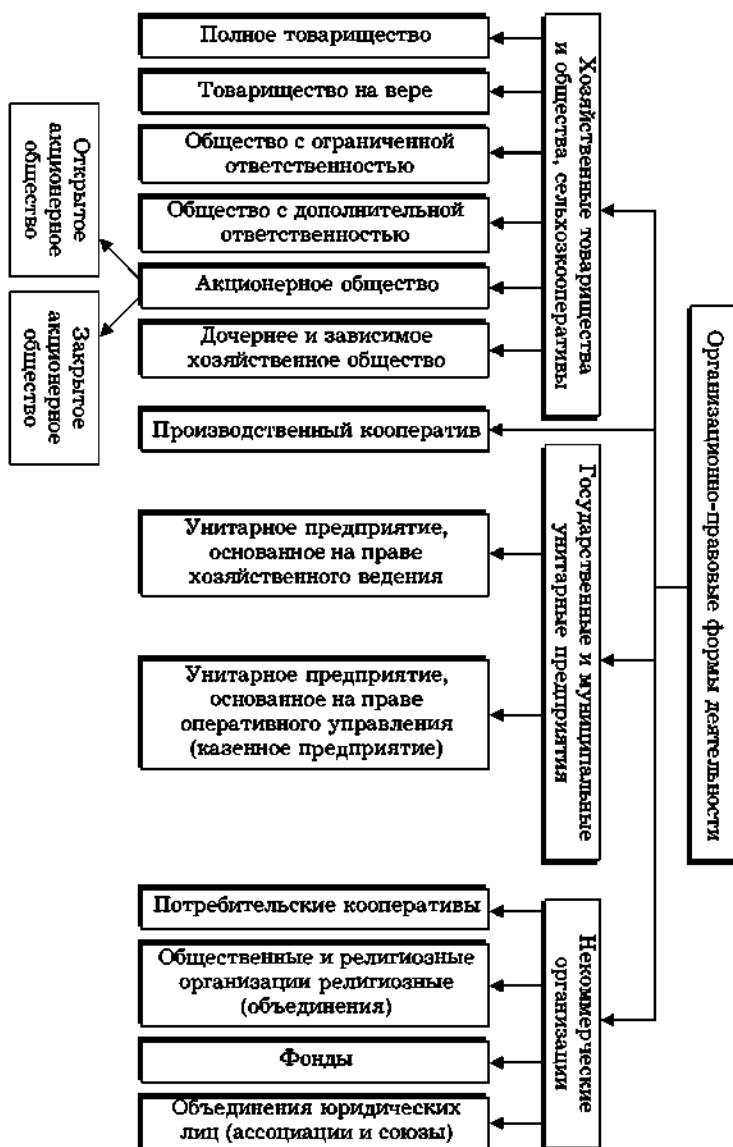


Рис. 4.1. Классификация предприятий по организационно-правовой форме

Участниками полных товариществ и полными товарищами в товариществах на вере могут быть индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации. Участниками хозяйственных обществ и вкладчиками в товариществах на вере могут быть граждане и юридические лица.

Основные права участников хозяйственного товарищества или общества (ст. 67 ГК РФ):

- участвовать в управлении делами товарищества или общества;

- получать информацию о деятельности товарищества или общества и знакомиться с его бухгалтерскими книгами и иной документацией в установленном учредительными документами порядке;

- принимать участие в распределении прибыли;

- получать в случае ликвидации товарищества или общества часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, или его стоимость.

Основные обязанности участников хозяйственного товарищества или общества:

- вносить вклады в порядке, размерах, способами и в сроки, предусмотренные учредительными документами;

- не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности товарищества или общества;

- другие обязанности, предусмотренные учредительными документами.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме: полного товарищества и товарищества на вере.

Полное товарищество — товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

В учредительном договоре полного товарищества необходимо отразить (ст. 70 ГК РФ):

- общие сведения, в том числе наименование юридического лица, место его нахождения, порядок управления деятельностью юридического лица;

□ условия о размере и составе складочного капитала товарищества;

□ размер и порядок изменения долей участников в складочном капитале и др.

Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников. Учредительным договором товарищества могут быть предусмотрены случаи, когда решение принимается большинством голосов участников.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале, если иное не предусмотрено договором или другим соглашением участников.

Ликвидация полного товарищества осуществляется: по решению учредителей (участников); по решению суда; в случае, когда в товариществе остается единственный участник (такой участник вправе в течение 6 месяцев преобразовать товарищество в хозяйственное общество) (ст. 81 ГК РФ).

Товарищество на вере (коммандитное товарищество) — товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеются один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Лицо может быть полным товарищем только в одном товариществе на вере (ст. 82 ГК РФ).

Фирменное наименование товарищества на вере должно состоять либо из имен всех полных товарищей и слов “товарищество на вере” или “коммандитное товарищество” либо из имени одного из полных товарищей с добавлением слов “и компания” или “коммандитное товарищество”.

Учредительный договор, управление и ликвидация товарищества на вере практически аналогичны тому, что относится к полному товариществу (ст. 83, 84, 86 ГК РФ).

Общество с ограниченной ответственностью — это общество, уставный капитал которого разделен на доли, участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей.

Участники общества, не полностью оплатившие доли, несут солидарную ответственность по обязательствам общества в пределах стоимости неоплаченной части доли каждого участника (ст. 87 ГК РФ).

Общество с дополнительной ответственностью — это общество, уставный капитал которого разделен на доли, участники такого общества несут солидарную субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их долей, определяемом уставом общества.

При банкротстве одного из участников — его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иное не предусмотрено учредительными документами общества.

Акционерное общество — общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций (ст. 96 ГК РФ). Законом предусмотрены открытые и закрытые акционерные общества.

Открытое акционерное общество — акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров. Такое акционерное общество может проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых Законом “Об акционерных обществах” и иными правовыми актами. Открытое общество обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках.

Закрытое акционерное общество — акционерное общество, акции которого распределяются только среди его участников (учредителей) или иного заранее определенного круга лиц. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц (ст. 97 ГК РФ).

Учредители акционерных обществ заключают между собой договор, определяющий порядок осуществления ими совместной деятельности по созданию общества, размер уставного капитала общества, категории выпускаемых акций и порядок их размещения, а также иные условия, предусмотренные Законом “Об акционерных обществах”.

Дочернее хозяйственное общество — это общество, в котором другое общество (основное) или товарищество в силу преобладающего участия в его уставном капитале либо в соответствии с заключенным между ними договором имеет возможность определять принимаемые решения.

Зависимое хозяйственное общество признается таковым, если другое (преобладающее, участвующее) общество имеет более 20% голосующих акций акционерного общества или 20% уставного капитала общества с ограниченной ответственностью.

Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной и сельскохозяйственной продукции, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Законом “О производственных кооперативах” и учредительными документами производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц (ст. 107 ГК РФ).

Унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, создается по решению уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления.

Собственник имущества предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, не отвечает по обязательствам предприятия (ст. 114 ГК РФ).

Унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления, — это предприятие может быть создано в случаях и в порядке, которые предусмотрены Законом “О государственных и муниципальных унитарных предприятиях”, на базе государственного или муниципального имущества (казенное предприятие) (ст. 115 ГК РФ).

Потребительским кооперативом признается добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов (ст. 116 ГК РФ).

Общественными и религиозными организациями (объединениями) признаются добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединившиеся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей (ст. 117 ГК РФ).

Фондом признается не имеющая членства коммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели (ст. 118 ГК РФ).

Коммерческие организации в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов могут по договору между собой создавать объединения в форме ассоциаций или союзов, являющихся некоммерческими организациями (ст. 121 ГК РФ).

Появление термина “фирма” связано с широким распространением в западной экономике акционерной формы хозяйствования, что привело к размыванию традиционного понятия “предприятие”.

В настоящее время акционерное общество — это группа предприятий и одновременно часть единого предприятия,

именуемые в обоих случаях фирмой. Таким образом, главным действующим лицом современной экономики Запада является фирма, существующая в виде акционерных компаний, связанных друг с другом так называемой системой участия.

Система участия — целый ряд многоступенчатого подчинения одних предприятий другим путем участия в их акционерном капитале (приобретение контрольных пакетов акций этих предприятий).

Головная компания — “мать” — скупает контрольные пакеты акций других компаний — “дочерних”, которые, в свою очередь, скупают акции “внучатых” компаний и т. д. Последовательное применение такой системы приводит к тому, что общество-“мать” осуществляет контроль над расширяющейся пирамидой компаний и распоряжается капиталами, которые во много раз превосходят ее собственные средства.

Дочерние, внучатые и т. д. предприятия в правовом отношении являются самостоятельными единицами. Однако большинство финансовых операций регламентируется головной компанией.

Совокупность формирующейся посредством системы участия пирамиды компаний получила название *корпорация*.

В современной корпорации роль материнской компании, как правило, выполняют финансовые общества — *холдинг-компании*.

Их основная деятельность состоит в постоянном приобретении акционерного капитала других фирм; в содержании акционерных портфелей (контрольных пакетов акций).

Благодаря владению контрольными пакетами акций холдинг-компания руководит зависимыми фирмами:

- обеспечивает финансовую поддержку;
- определяет стратегию инвестиций;
- координирует направления развития в соответствии с целями и задачами головного общества.

Участие холдинг-компаний в акционерном капитале других фирм приводит к дальнейшему усложнению системы участия. Ведущие компании не только держат акции, но и вынуждают последних к закупке своих собственных ценных бумаг.

Таким образом, зависимая фирма превращается в общество, принимающее участие в акционерном капитале основной компании. Такая система усложняется еще и тем, что материнская компания приобретает акции не только дочерних, но и внучатых и правнучатых и т. д. компаний. В свою очередь, последние также покупают акции ведущего общества.

С развитием системы участия холдинг-компаний по своим функциям и характеру деятельности все больше сближаются с банками.

Как правило, структура современной корпорации включает в себя:

- “чистый” холдинг — держатель акционерных портфелей, осуществляет общее финансовое руководство;

- субхолдинг — холдинг, подчиненный головному, держатель акционерных портфелей внучатых и т. п. фирм;

- смешанные холдинги — производственно-финансовые группы, осуществляющие не только финансовый контроль, но и собственно производственную деятельность;

- акционерные компании, занятые непосредственно производственно-сбытовой деятельностью.

Система участия оказывает существенное воздействие на размытие отраслевой принадлежности фирмы, так как позволяет скупать контрольные пакеты акций предприятий различных отраслей. Поэтому следующая особенность крупной современной фирмы — *ее многоотраслевая структура*.

Сам процесс формирования многоотраслевых фирм получил название “диверсификация”. Диверсификация является современной формой концентрации производства и образования крупных фирм. Исторически процессу диверсификации предшествовали:

1. Горизонтальная интеграция — увеличение значения крупных фирм внутри отрасли, сосредоточение в их руках все большей доли производства отрасли. Горизонтальная интеграция характерна для начала XX в.

2. Вертикальная интеграция — проникновение крупных фирм в другие отрасли, являющиеся по отношению к их основной отрасли

последовательными ступенями производства. С 20-х гг. XX в. по настоящее время вертикальная интеграция играет главенствующую роль в процессе концентрации и централизации капитала.

Диверсификация — это проникновение крупных компаний в другие отрасли, не находящиеся в прямой производственной или функциональной связи с их отраслью. Процесс диверсификации получил наибольшее распространение после Второй мировой войны.

Концерн — союз, в который объединяются как отдельные предприятия, так и их объединения различных отраслей производства при наличии одного ведущего направления на основе общей финансовой независимости от головной компании.

Конгломерат — крупное объединение разнородных фирм и производств, не связанных ни технологией, ни рынком и не имеющих профилирующей специализации. Такое объединение не получило широкого распространения.

Основные тенденции развития концернов как наиболее распространенной формы крупного предприятия на современном этапе перечислены ниже.

1. Децентрализация руководства за счет создания подразделений компании (усиливает персональную ответственность за число продаж и получение прибыли).

2. Концентрация усилий на производстве высокорентабельных товаров, которые исторически формировали производственный профиль компании.

3. Создание в структуре компаний венчурных предприятий. Эти предприятия, оставаясь в рамках крупной компании, пользуются свободой малых предприятий, способны быстро внедрять новшества, оперативно реагировать на изменения в технике и технологии.

4. Расширение крупными компаниями контрактных отношений с малыми и средними фирмами.

5. Обобщая вышесказанное, крупная современная фирма:

□ с точки зрения характера концентрации капитала — это корпорация со сложной системой финансовой зависимости между ее структурными единицами;

□ с точки зрения характера концентрации производства — это многоотраслевой концерн, в котором в качестве структурных единиц выступают предприятия различных отраслей экономики;

□ с точки зрения приложения капитала — это транснациональная или многонациональная корпорация, имеющая филиалы в других странах.

4.3. Порядок создания предприятия

После выбора вида деятельности и исследования рынка в этой области предприниматель открывает свое предприятие с образованием юридического лица или без образования юридического лица.

Создание нового предприятия предполагает ряд обязательных этапов. Последовательность этих этапов приведена на рис. 4.2.

Организация нового предприятия

На начальном этапе создания нового предприятия определяется состав учредителей и разрабатываются учредительные документы: устав предприятия и договор о создании и деятельности предприятия с указанием его организационно-правовой формы. Наряду с этим оформляется протокол № 1 собрания участников общества о назначении директора и председателя ревизионной комиссии, затем открывается временный счет в банке, куда вносится часть уставного капитала. Далее предприятие регистрируется по месту своего учреждения в местном органе власти. Для государственной регистрации в соответствующий орган представляются следующие документы:

- заявление учредителя (или учредителей) о регистрации;
- устав предприятия;
- договор учредителей о создании и деятельности предприятия;
- решение о создании предприятия (постановление собрания учредителей);
- свидетельство об оплате государственной пошлины.



Рис. 4.2. Схема образования юридического лица

После завершения регистрации и получения свидетельства о регистрации все сведения о новом предприятии передаются в Министерство финансов РФ для включения предприятия в Государственный реестр предприятий; здесь предприятию присваиваются коды Общероссийского классификатора предприятий и организаций.

На заключительном этапе создания нового предприятия участники его полностью вносят свои вклады, открывают постоянный расчетный счет в банке, предприятие регистрируется в районной налоговой инспекции, заказывает и получает круглую печать и угловой штамп.

С этого момента предприятие функционирует как акционерное общество. Его учредителям предстоит также осуществить подписку на акции. При открытой подписке учредители публикуют извещение о предстоящей подписке, в котором указывают предмет, цели и сроки деятельности будущего акционерного общества, состав учредителей и дату проведения учредительной конференции, намечаемый размер уставного фонда, количество и виды акций, их номинальную стоимость, сроки начала и окончания подписки на акции и другие требуемые сведения.

Затем проводится учредительная конференция. В ее задачу входит решение следующих вопросов:

- ☐ о создании акционерного общества (АО);
- ☐ утверждение состава АО;
- ☐ о размере уставного фонда после завершения подписки на акции;
- ☐ выборы руководящих органов АО и др.

После успешного завершения учредительной конференции осуществляется регистрация вновь созданного акционерного общества, и оно может начать функционировать.

Индивидуальные предприниматели

Право граждан (дееспособных физических лиц) заниматься предпринимательской деятельностью установлено Конституцией Российской Федерации и гражданским законодательством.

Индивидуальным предпринимателем может быть любой дееспособный гражданин Российской Федерации. В ряде законодательных актов установлены ограничения на занятие предпринимательской деятельностью лицам, связанным со службой в органах государственной власти и управления. Дееспособным гражданам законодательством предоставлены права и определенные гарантии для занятия предпринимательской деятельностью, выбора любого предмета деятельности, не запрещенного законом. Следует подчеркнуть, что для занятия отдельными видами предпринимательской деятельности необходимо иметь специальное, среднее или высшее образование, получить специальное разрешение (лицензию) и иметь квалификационный аттестат.

В соответствии с п. 1 ст. 23 ГК РФ гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. При этом предпринимательская деятельность может быть как основной, так и дополнительной.

К предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, применяются правила ГК РФ, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, что расширяет права индивидуальных предпринимателей. Например, индивидуальный предприниматель может осуществлять наем работников на основе договоров гражданско-правового характера, заниматься всеми видами деятельности, которые не запрещены законом.

Чтобы гражданин (физическое лицо) стал по закону индивидуальным предпринимателем, он должен в этом качестве зарегистрироваться и получить свидетельство. Будущий индивидуальный предприниматель по месту своего жительства должен представить в орган, осуществляющий регистрацию предпринимателей, заявление, представляемое в регистрирующий орган, удостоверяется подписью уполномоченного лица (далее — заявитель), подлинность которой должна быть засвидетельствована в нотариальном порядке. При этом заявитель указывает свои паспортные данные или в соответствии с законодательством

Российской Федерации данные иного удостоверяющего личность документа и идентификационный номер налогоплательщика (при его наличии), документ об уплате государственной пошлины и т. д. (ст. 9, 22.1 Закона от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ “О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей”). Регистрация предпринимателей осуществляется регистрирующим органом в срок не более чем пять рабочих дней со дня предоставления документов. Требование иных документов или совершение иных действий при регистрации предпринимателя не допускается (ст. 8, 9 Закона).

В соответствии с законодательными и нормативными актами индивидуальный предприниматель должен встать на учет в налоговом органе по месту жительства.

При постановке на учет в налоговом органе предприниматель должен выбрать систему налогообложения, учета и отчетности и указать, что будет привлекать работников на основе договоров гражданско-правового характера. Постановка на учет в налоговом органе осуществляется по письменному заявлению предпринимателя с предоставлением свидетельства о государственной регистрации. Для осуществления предпринимательской деятельности индивидуальный предприниматель в любой кредитной организации (банке) может открыть расчетный, текущий, ссудный, депозитный, валютный счета.

Индивидуальный предприниматель в соответствии с нормативными актами должен вести в установленном порядке учет доходов и расходов и объектов налогообложения соблюдать порядок ведения кассовых операций, своевременно уплачивать налоги, отчисления, представлять установленную отчетность и т. д. (ст. 23 НК РФ).

В практике деятельности вновь созданных организаций происходит параллельно создание организации и составление бизнес-плана. Очень часто в этот период меняются взгляды, идеи и расчеты. Существует такое мнение, что из 10 идей, которые задумал предприниматель, только одна принесет ему успех, и он сможет найти себя.

4.4. Бизнес-план как начало предпринимательской деятельности

Бизнес-план — это план организации бизнеса, размышление перед действием. Именно он позволяет проверить все “за” и “против”, прежде чем браться за дело и искать ресурсы. Обращение к бизнес-плану, как правило, происходит тогда, когда компании необходимы перемены, когда для их осуществления не хватает ресурсов компании.

Бизнес-план сочетает в себе черты стратегических и обычных долгосрочных и среднесрочных планов, а также целевых комплексных программ. Этот план обычно составляется или при создании организации, или в переломный момент ее существования, например, при расширении масштабов деятельности, эмиссии ценных бумаг, привлечении крупных займов и т. п. Часто эти мероприятия осуществляются в преддверии серьезных изменений во внешней ситуации и имеют цель предотвратить их. Хотя многие позиции бизнес-плана скрупулезно просчитываются на срок до пяти лет, они имеют в значительной мере вероятностный характер, и успех в деле его реализации не очевиден. Именно решение стратегических задач, отражающих философию организации, перспективность и неопределенность результата, дает основание причислить бизнес-план к категории стратегических документов фирмы.

В бизнес-плане обобщается анализ возможностей для организации или развития бизнеса. Четко разработанный бизнес-план с необходимыми расчетами, обоснованиями дает ясное представление, каким образом можно использовать имеющиеся возможности для решения конкретных задач организации, снизить степень риска, помогает предвидеть возможные изменения и проблемы в будущем, контролировать текущие операции, резервировать денежные ресурсы. Разработке полного бизнес-плана должно сопутствовать научное прогнозирование.

По сравнению с другими видами планов бизнес-план обладает по крайней мере двумя специфическими особенностями.

Во-первых, он должен быть привлекательным, т. е. наглядно продемонстрировать всем заинтересованным лицам преимущества, которые они могут получить, приняв участие в реализации конкретного проекта. Привлекательность бизнес-плана достигается убедительным, аргументированным доказательством выгоды того или иного проекта.

Бизнес-план — это, по сути, представленная в определенном стандарте система доказательств успешности предполагаемого дела. Вопрос о том, что конкретно нуждается в доказательстве, на самом деле не такой простой, как может показаться, и зависит от того, для чего предназначен бизнес-план. Если для внутреннего употребления, то надо честно проверить осуществимость идеи. Если же речь идет о потенциальном инвесторе, то его как минимум интересуют:

- ☐ имеющийся положительный опыт в бизнесе;
- ☐ рыночные перспективы предприятия;
- ☐ собственность и юридическая форма организации бизнеса, вопросы управления персоналом;
- ☐ организация производства, снабжение сырьем и материалами;
- ☐ график финансирования проекта;
- ☐ график возврата денежных средств;
- ☐ коммерческая эффективность проекта;
- ☐ возможные риски проекта, поскольку все они в конечном итоге — риски невозврата средств;
- ☐ предоставляемые гарантии.

Бизнес-план — весьма специфический документ. В нем с экономической точностью должна быть доказана теорема о том, что вложенные инвесторами деньги будут ему возвращены с прибылью. С другой стороны, это, несомненно, “лицо фирмы”, элемент ее имиджа. Разговаривая с потенциальным инвестором, нужно, как говорят американцы, “выставить вперед ногу в начищенном ботинке”. Естественно, конкретные способы подачи материала, степень переработки и детализации отдельных разделов сильно меняются в зависимости от требований, предъявляемых потенциальными инвесторами.

Если вы нашли, наконец, свое дело, которое, как вам кажется, будет востребовано и оплачено людьми, надо подтвердить это определенными сведениями и расчетами в документе, составлением бизнес-плана.

Бизнес-план включает разработку целей и задач, которые ставятся перед предприятием на завтра и на перспективу, оценку текущего состояния дел в выбранной отрасли бизнеса, ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции.

Бизнес-план позволяет показать выгодность предлагаемого проекта и привлечь потенциальных инвесторов, которые могут вложить значительные денежные средства только тогда, когда будут убеждены в востребованности и доходности предприятия (фирмы).

Структура и содержание бизнес-плана приведены в табл. 4.3.

Таблица 4.3

Содержание бизнес-плана

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Резюме	Краткие выводы всех последующих разделов бизнес-плана, которые должны отразить цели и потенциальную эффективность проекта: — возможность реализации проекта в конкретных рыночных условиях данного региона; — кто и как будет осуществлять проект; — источники финансирования проекта; — потенциальные выгоды от инвестирования в проект: объем продаж, издержки производства и сбыта, норму прибыли, сроки окупаемости и возврата инвестированных средств (вложений)
2	Товар (услуга)	Указать относительно предлагаемого товара (услуги): — какие потребности удовлетворяет предполагаемый товар (услуга); — что выгодно его отличает от аналогичной продукции (услуг), имеющихся на рынке; — имеются ли авторские права на предлагаемую продукцию (услугу); — ориентировочная цена товара и сравнение с ценами товаров, имеющихся на рынке;

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
		— неценовая конкуренция товара (повышенная надежность, качество, товарный вид, увеличение гарантии, доставка и эксплуатация товара); — величина нормы прибыли, которую должна обеспечить торговля данным товаром (услугой)
3	Рынок сбыта	Указать: — группу(ы) основных потребителей товара (услуг); — предлагаемый объем сбыта товара (услуг) в настоящее время и в будущем; — перечень основных конкурентов на местном, региональном и мировом уровнях; объем их продаж, доходы и стратегия маркетинга; — подробная сравнительная характеристика товара (услуг) конкурентов — положительные стороны (свойства) и отрицательные; — цены конкурентов, их динамика, ценовая политика; — возможность проникновения на ближайшие рынки, региональные и внутренние; затраты на транспортировку, хранение и сбыт
4	Стратегия маркетинга	Раскрыть: — предлагаемую систему распределения товара по рынкам и потребителям продукта (товара) и сбыта; — цену продажи товара (услуги) — мероприятия и средства рекламы и структура расходов; — рекламу товара (услуги) — мероприятия и средства рекламы и структура расходов; — продвижение товара на рынок, а также систему дополнительных льгот покупателям и послепродажное обслуживание
5	Производственная программа	Указать: — где будет производиться товар (или услуга); — оптимальный объем производства на предприятии; — степень обеспеченности сырьем, комплектующими изделиями, полуфабрикатами; — используемые технологии производства и наличие соответствующего оборудования (станки, прессы, печи и т. д.); — кооперационные связи с другими предприятиями

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
6	Организация производства	Показать: — организационную схему предприятия и все взаимосвязи между звеньями; — наличие кадров — специалистов; — руководителей, рабочих по подразделениям; потребность в кадрах; — уровень оплаты труда по группам персонала, система оплаты труда, система стимулирования; — технологическую схему производства
7	Правовая форма предприятия	Раскрыть: — организационно-правовую форму предприятия, вид собственности (товарищество, акционерное общество, кооператив, смешанное предприятие, СП и т. д.); — права потенциального инвестора на данном предприятии (участие в управлении, контрольный пакет акций, доля в прибыли и т. д.); — наличие спонсоров и инвесторов предприятия (государственное ведомство, банк, фирма, частное предприятие); — юридические права данного предприятия (краткое извлечение из законодательных норм, регулирующих статус предприятия; юридические акты, подлежащие разработке и утверждению)
8	Финансовый план	Включает: — общий объем всех инвестиций, требуемых для работы предприятия; — источники финансирования (кредиты, инвестиции, акции, собственные средства и т. д.) — условия привлечения финансовых средств и сроки их возврата
9	Рентабельность проекта	Показывает: — инвестиционные издержки на создание предприятия; — стоимость эксплуатации предприятия, сбыта, услуг; — общие доходы от реализации товаров (услуг); — суммарную величину налогов; — общий объем прибыли и ее норма

К бизнес-плану прилагается структура финансов (имеющиеся средства и обязательства) и отчет о прибылях и убытках (для действующего предприятия).

В приложении дается методика разработки бизнес-плана¹.

4.5. Основные источники финансирования предпринимательской деятельности

Финансирование предпринимательских фирм — это совокупность форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства. Под **финансированием** понимается процесс образования денежных средств или в более широком плане — процесс образования капитала фирмы во всех его формах. Понятие “финансирование” довольно тесно связано с понятием “инвестирование”; если финансирование — это образование денежных средств, то **инвестирование** — это их использование. Оба понятия взаимосвязаны, однако первое предшествует второму. Фирме невозможно планировать какие-либо инвестиции, не имея источников финансирования. Вместе с тем образование финансовых средств фирмы происходит, как правило, с учетом плана их использования.

При выборе источников финансирования предприятия необходимо решить пять основных задач:

- 1) определить потребности в кратко- и долгосрочном капитале;
- 2) выявить возможные изменения в составе активов и капитала в целях определения их оптимального состава и структуры;
- 3) обеспечить постоянную платежеспособность и, следовательно, финансовую устойчивость;
- 4) с максимальной прибылью использовать собственные и заемные средства;
- 5) снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности.

¹ См.: Петров М. Н. Основы экономики и предпринимательства. — М. — СПб., 2002. — С. 142.

Источники финансирования предприятия делят на внутренние (собственный капитал) и внешние (заемный и привлеченный капитал). Внутреннее финансирование предполагает использование собственных средств и прежде всего — чистой прибыли и амортизационных отчислений.

Финансирование за счет собственных средств имеет ряд преимуществ:

- за счет пополнений из прибыли собственного капитала повышается финансовая устойчивость предприятия;
- формирование и использование собственных средств происходит стабильно;
- минимизируются расходы по внешнему финансированию (по обслуживанию долга кредиторам);
- упрощается процесс принятия управленческих решений по развитию предприятия, так как источники покрытия дополнительных затрат известны заранее.

Уровень самофинансирования предприятия зависит не только от его внутренних возможностей, но и от внешней среды (налоговой, амортизационной, бюджетной, таможенной и денежно-кредитной политики государства).

Внешнее финансирование предусматривает использование средств государства, финансово-кредитных организаций, не-финансовых компаний и граждан. Кроме того, оно предполагает использование денежных ресурсов учредителей предприятия. Такое привлечение необходимых финансовых ресурсов часто бывает наиболее предпочтительным, так как обеспечивает финансовую независимость предприятия и облегчает в дальнейшем условия получения банковских кредитов.

Внутренние источники финансирования деятельности предприятия

Основными внутренними источниками финансирования деятельности предпринимательских фирм являются прибыль и амортизационные отчисления. Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального

производства в процессе предпринимательской деятельности, и выполняет определенные функции.

В первую очередь прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предпринимательской фирмы.

Прибыль выполняет и социальную функцию, так как она является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и социальных программ. Социальная функция прибыли проявляется и в том, что она служит источником благотворительной деятельности фирмы, направленной на финансирование отдельных неприбыльных организаций, учреждений социальной сферы, оказания материальной помощи отдельным категориям граждан.

Стимулирующая функция прибыли проявляется в том, что прибыль одновременно является и финансовым результатом, и основным элементом финансовых ресурсов фирмы. Действительно, прибыль является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов фирмы, обеспечивающих ее развитие. Чем выше уровень генерирования прибыли предприятия в процессе его хозяйственной деятельности, тем меньше его потребность в привлечении финансовых средств из внешних источников и тем выше уровень самофинансирования развития предприятия, обеспечения реализации стратегических целей этого развития. При этом, в отличие от других внутренних источников формирования финансовых ресурсов фирмы, прибыль является постоянно воспроизводимым источником, и ее воспроизводство в условиях успешного хозяйствования осуществляется на расширенной основе.

Прибыль является главным источником возрастания рыночной стоимости фирмы. Способность самовозрастания стоимости капитала обеспечивается путем капитализации части полученной фирмой прибыли. Чем выше сумма и уровень капитализации

полученной фирмой прибыли, тем в большей степени возрастает стоимость ее чистых активов, а соответственно и рыночная стоимость фирмы в целом, определяемая при ее продаже, слиянии, поглощении и в других случаях.

Прибыль является основным защитным механизмом, предохраняющим фирму от угрозы банкротства. Хотя угроза банкротства может возникнуть и в условиях прибыльной хозяйственной деятельности фирмы, но при прочих равных условиях фирма намного успешнее и быстрее выходит из кризисного состояния при высоком уровне прибыли. За счет капитализации полученной прибыли фирма может быстро увеличить долю высоколиквидных активов, повысить долю собственного капитала при соответствующем снижении объема используемых заемных средств, а также сформировать резервные финансовые фонды.

Таким образом, в условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. Для предпринимательских фирм прибыль является стимулом для инвестирования средств в те сферы деятельности, которые приносят прибыль.

Прибыль является конечным результатом производственно-хозяйственной деятельности фирмы, показателем ее эффективности, источником средств для осуществления инвестиций, формирования специальных фондов, а также платежей в бюджет. Получение прибыли — основная цель деятельности предпринимательской организации.

Общая сумма прибыли (убытка), полученная предприятием за определенный период, т. е. валовая прибыль, состоит из:

- прибыли (убытка) от реализации продукции, услуг, выполненных работ;
- прибыли (убытка) от прочей реализации;
- прибыли (убытка) от внереализационных операций

Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг). Определяется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную

стоимость и акцизов и затратами на производство и реализацию, включаемыми в себестоимость продукции (работ, услуг).

Прибыль (убыток) от прочей реализации. У предприятия могут образоваться излишние материальные ценности в результате изменения объема производства, недостатков в системе снабжения, реализации и других причин. Длительное хранение этих ценностей в условиях инфляции приводит к тому, что выручка от их реализации окажется ниже цен приобретения. Поэтому от реализации ненужных товарно-материальных ценностей образуется не только прибыль, но и убытки.

Что касается реализации излишних основных фондов, то прибыль от этой реализации исчисляется как разница между продажной ценой и первоначальной (или остаточной) стоимостью фондов, которая увеличивается на соответствующий индекс, законодательно устанавливаемый в зависимости от темпов роста инфляции.

Прибыль (убыток) от внереализационных операций. Рассчитывается в виде разницы между доходами и расходами по внереализационным операциям. В состав доходов (расходов) от внереализационных операций включаются доходы, получаемые от долевого участия в деятельности других предприятий, от сдачи имущества в аренду, доходы (дивиденды, проценты) по акциям, облигациям и иным ценным бумагам, принадлежащим предприятию, прибыль, полученная инвестором при исполнении соглашения о разделе продукции, а также другие доходы (расходы) от операций, непосредственно не связанных с производством продукции, услуг, выполнением работ, продажей имущества.

Важную роль в составе внутренних источников финансирования играют также амортизационные отчисления, которые представляют собой денежное выражение стоимостного износа основных средств и нематериальных активов и являются внутренним источником финансирования как простого, так и расширенного воспроизводства. Объектами для начисления амортизации являются объекты основных средств, находящиеся в фирме на праве собственности, хозяйственного ведения, оперативного управления.

Привлечение банковских кредитов

Потребности предприятия в единовременных денежных средствах удовлетворяются также за счет получения кредита в банке. Кредитование представляет собой одну из форм финансового обеспечения предпринимательской деятельности. Оно осуществляется на основе установления финансовых взаимоотношений между предприятием и кредитной организацией путем заключения между ними соответствующих договоров. Основным является кредитный договор, который создает юридические предпосылки обеспеченности ссуд, их своевременного возврата и уплаты процентов.

В экономической теории ссудный капитал традиционно рассматривается как совокупность денежных средств, передаваемых на возвратной основе во временное пользование за плату в виде процента. Исходя из этого, банковский кредит — это средства, предоставляемые банком предпринимательской фирме для целевого использования на установленный срок под определенные проценты. Кредитование предприятий осуществляется на основании определенных принципов.

Принцип возвратности означает, что полученные от кредитора финансовые ресурсы подлежат возврату или погашению заемщиком в полном объеме.

Принцип срочности означает необходимость возврата кредита в точно определенный срок, а не в любое удобное для фирмы-заемщика время, т. е. кредит выдается на определенный срок. Срок пользования кредитом зависит от времени существования действительной потребности в кредите.

Принцип платности означает, что кредит предоставляется заемщику с условием его возврата с процентами, которые формируют прибыль кредитной организации.

Принцип материальной обеспеченности кредита выражает необходимость обеспечения защиты имущественных интересов кредитора при возможном нарушении фирмой-заемщиком принятых на себя обязательств и находит практическое применение в таких формах кредитования, как ссуды под залог или под финансовые гарантии.

Принцип целевого характера кредита распространяется на многие кредитные операции и выражается в необходимости целевого использования финансовых средств, полученных от кредитора. Практическое выражение этот принцип находит в соответствующем разделе кредитного договора, в котором устанавливается конкретная цель выдаваемого кредита. Нарушение обязательства целевого использования кредита может стать основанием для досрочного отзыва кредита или введения повышенного ссудного процента.

Основные виды банковского кредита

Особенность банковского кредитования на современном этапе развития российской экономики заключается в том, что этот кредит имеет широкую целевую направленность и привлекается в самых разнообразных видах. В последние годы в кредитовании предпринимательских фирм принимают участие как отечественные, так и зарубежные банки. Классифицировать банковский кредит можно на основании различных признаков, которые приведены на рис. 4.3.

На основании указанного в кредитном договоре срока погашения кредита выделяют:

- ☐ онкольные кредиты;
- ☐ краткосрочные кредиты;
- ☐ среднесрочные кредиты;
- ☐ долгосрочные кредиты.

Особенностью *онкольного кредита* является то, что он предоставляется фирме-заемщику без указания срока его использования с обязательством заемщика погасить его по первому требованию кредитора. Такой кредит подлежит возврату в фиксированный срок после поступления официального уведомления от кредитора. В настоящее время онкольный кредит почти не используется не только в России, но и в большинстве стран, так как требует относительно стабильных условий на рынке ссудных капиталов и в экономике в целом.

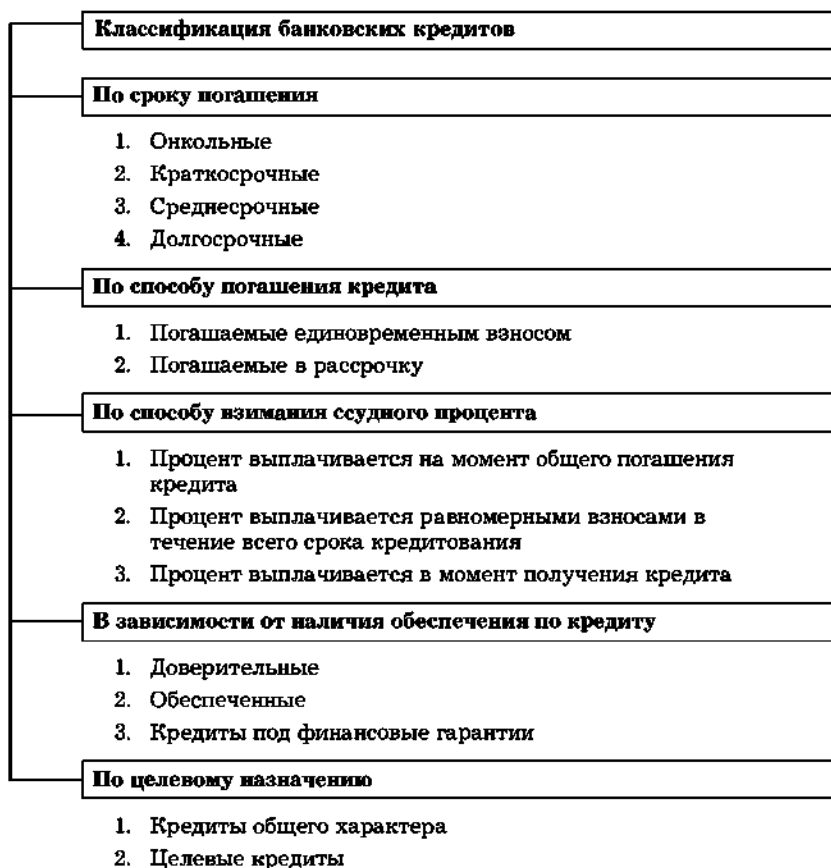


Рис. 4.3. Классификация основных форм банковских кредитов

Краткосрочные кредиты предоставляются, как правило, на восполнение временного недостатка собственных оборотных средств у фирмы-заемщика. Средний срок погашения по этому виду кредита в мировой практике обычно не превышает 6 месяцев, в России же к краткосрочным, как, правило, относятся кредиты со сроком погашения не более 1 месяца.

Среднесрочные кредиты предоставляются на срок до одного года на цели как производственного, так и чисто коммерческого характера.

Долгосрочные кредиты используются, как правило, в инвестиционных целях. Как и среднесрочные, они обслуживают движение основных средств, отличаясь большими объемами передаваемых кредитных ресурсов.

По способу погашения кредита различают:

- ☐ кредиты, погашаемые единовременным взносом;
- ☐ кредиты, погашаемые в рассрочку.

Кредиты, погашаемые единовременным взносом со стороны фирмы-заемщика, являются традиционной формой возврата краткосрочных кредитов. В случае же долгосрочных, а иногда и среднесрочных ссуд применяется такой способ погашения кредита, как рассрочка. В этом случае конкретные условия возврата определяются кредитным договором.

По способу взимания ссудного процента выделяют:

- ☐ кредиты, процент по которым выплачивается в момент его общего погашения;
- ☐ кредиты, процент по которым выплачивается равномерными взносами заемщика в течение всего срока действия кредитного договора;
- ☐ кредиты, процент по которым удерживается банком в момент непосредственной выдачи кредита фирме-заемщику.

Первая форма взимания ссудного процента является традиционной для рыночной экономики при выдаче краткосрочных кредитов и имеет наиболее функциональный характер с позиции простоты начисления. Вторая форма применяется при средне-долгосрочном кредитовании. Последняя форма взимания ссудного процента для развитой рыночной экономики не характерна и используется в очень редких случаях.

В зависимости от наличия обеспечения различают:

- ☐ доверительные кредиты (банковые);
- ☐ обеспеченные кредиты;
- ☐ кредиты под финансовые гарантии третьих лиц.

Единственной формой обеспечения доверительного кредита является кредитный договор¹. Такие кредиты обычно применя-

¹ См.: Лапуста М. Г., Поршнев А. Г. и др. Предпринимательство. — М.: Инфра-М, 2002.

ются в процессе кредитования постоянных клиентов, которые пользуются полным доверием банка. Как правило, банковый кредит предоставляется коммерческим банком, осуществляющим расчетно-кассовое обслуживание фирмы. Хотя формально он носит необеспеченный характер, но фактически обеспечивается размером дебиторской задолженности фирмы и его средствами на расчетном, а также других счетах в этом же банке.

Обеспеченные кредиты являются основной разновидностью современного банковского кредита. В отечественных условиях основная проблема при оформлении обеспеченных кредитов — процедура оценки стоимости имущества из-за незавершенности процесса формирования ипотечного и фондового рынка. Кредиты, выдаваемые под финансовые гарантии третьих лиц, получили широкое распространение, прежде всего в сфере долгосрочного кредитования.

Реальным выражением финансовой гарантии служит юридически оформленное обязательство со стороны гаранта возместить фактически нанесенный кредитору ущерб при нарушении заемщиком условий кредитования.

По *целевому назначению* выделяют:

- ☐ кредиты общего характера;
- ☐ целевые кредиты.

Первые кредиты используются заемщиком по своему усмотрению для удовлетворения потребностей в финансовых ресурсах. В современных условиях хозяйствования имеют очень ограниченное распространение. В основном кредиты, выдаваемые банками, носят целевой характер.

Коммерческое кредитование организации

В процессе предпринимательской деятельности организации осуществляют *взаимное кредитование*. Происходит это в связи с разницей во времени между отгрузкой продукции, товаров, выполнением работ, оказанием услуг и их фактической оплатой. Поэтому в денежном обороте предприятий наряду с кредитами банков присутствуют средства и других кредиторов,

в том числе предприятий-поставщиков, постоянных деловых партнеров по коммерческим сделкам.

В ст. 823 ГК РФ установлено, что договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ или услуг.

При коммерческом кредите сделка купли-продажи сопряжена с кредитной сделкой; окончание торговой операции совпадает с началом кредитной сделки, которая будет завершена при погашении заемщиком задолженности по ссуде. Тем самым движение товарного капитала сопровождается движением ссудного капитала. Таким образом, коммерческий кредит — это товарная форма кредита. Для предприятия-поставщика кредитная сделка не только ускоряет реализацию (покупатель приобретает товары), но и приносит дополнительный доход в форме процента, который включается в цену проданных товаров и сумму векселя.

Использование коммерческого кредита облегчает реализацию товара, способствует ускорению оборачиваемости оборотных средств, что приводит к уменьшению потребности предприятия в кредитных ресурсах и в денежных средствах. Кроме того, стоимость коммерческого кредита, как правило, значительно ниже стоимости привлекаемого финансового кредита во всех его формах. К преимуществам такого вида кредитования относится также то, что он характеризуется достаточно простым механизмом оформления в сравнении с другими видами кредита, которыми могут пользоваться предпринимательские фирмы. Преимущества коммерческого кредита заключаются также в оперативности предоставления средств в товарной форме, в расширении возможностей маневрирования предприятиями оборотными средствами, в оказании финансовой поддержки предприятий друг другу. Для многих малых предприятий именно коммерческий кредит является важнейшим источником финансирования.

К недостаткам коммерческого кредита можно отнести риск для поставщика при изменении цены товара, несоблюдении покупателем сроков оплаты, банкротстве покупателя, а также то, что этот вид кредита предоставляется на очень незначительный срок, период его предоставления ограничивается обычно несколькими месяцами.

Существует несколько отличительных особенностей коммерческого кредита, которые принципиально отличают его от банковского:

□ в роли кредитора при коммерческом кредитовании выступают не специализированные кредитно-финансовые организации, а предпринимательские фирмы, связанные с производством либо реализацией товаров или услуг;

□ он предоставляется исключительно в товарной форме;

□ средняя стоимость коммерческого кредита всегда ниже средней процентной ставки по банковским кредитам на соответствующий период времени;

□ плата за коммерческий кредит, как правило, включается в цену товара, а не определяется специально, например, через фиксированный процент от базовой суммы.

В хозяйственной практике существует несколько видов коммерческого кредита, основные из которых отображены на рис. 4.4.

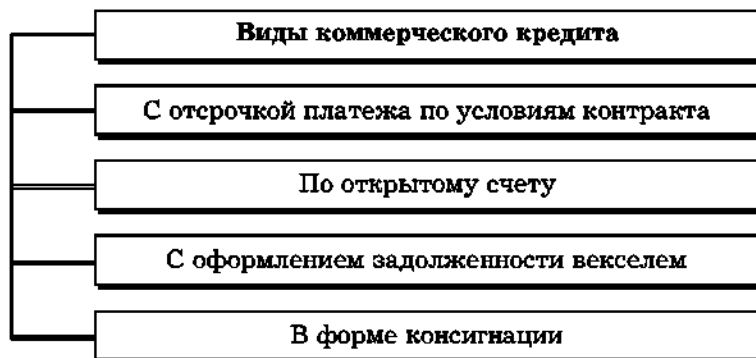


Рис. 4.4. Основные виды коммерческого кредита

Коммерческий кредит с отсрочкой платежа по условиям контракта получил наибольшее распространение в хозяйственной практике как отечественных, так и зарубежных предприятий. Этот кредит оговаривается условиями договора на поставку товаров, который заключается поставщиком и покупателем и не требует специального оформления. Поставщик после отгрузки продукции выписывает накладную с указанием размера, цены, стоимости, условий поставки и срока платежа. Эта накладная и является для покупателя основанием предоставления кредита.

Коммерческий кредит по открытому счету используется в хозяйственных отношениях фирмы с ее постоянными поставщиками при многократных поставках заранее оговоренного перечня продукции небольшими партиями. Условия предоставления такого коммерческого кредита также оговариваются в контракте на поставку продукции. При этом фирма-поставщик относит стоимость отгруженных товаров на дебет счета, открытого фирме-покупателю, которая погашает свою задолженность в обусловленные сроки.

Коммерческий кредит с оформлением задолженности векселем. Такой способ оформления кредита заключается в том, что фирма-покупатель, получив товар, выписывает вексель с указанием срока платежа. Эта форма коммерческого кредита является наиболее перспективной. Вексельный оборот по коммерческому кредиту обслуживается простыми и переводными векселями.

Коммерческий кредит в форме консигнации представляет собой вид комиссионной операции, при которой фирма-поставщик отгружает товары на склад торгового предприятия с поручением реализовать его. Расчеты с поставщиком осуществляются лишь после того, как поставленный товар реализован.

Следует отметить, что в российских условиях хозяйствования такая форма кредитования, как коммерческий кредит, ограничена. Ее распространению объективно препятствуют такие факторы, как ненадежность партнерских связей, недостатки хозяйственного права, инфляция.

Инвестиционный налоговый кредит

Инвестиционный налоговый кредит является формой внешнего финансирования деятельности предпринимательских фирм. В соответствии со ст. 66 НК РФ инвестиционный налоговый кредит представляет собой такое изменение срока уплаты налога, при котором организации при наличии соответствующих оснований предоставляется возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшать свои платежи по налогу с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов. Этот кредит может быть предоставлен предпринимательской фирме по налогу на прибыль, а также по региональным и местным налогам на срок от 1 года до 5 лет. Такая форма кредита может быть предоставлена фирме, являющейся налогоплательщиком, в следующих случаях:

- при проведении этой фирмой научно-исследовательских или опытно-конструкторских работ либо технического перевооружения собственного производства, в том числе направленного на создание рабочих мест для инвалидов или защиту окружающей среды от загрязнения промышленными отходами;

- при осуществлении этой фирмой внедренческой или инновационной деятельности, в том числе при создании новых или совершенствовании применяемых технологий, создании новых видов сырья или материалов;

- в том случае, если эта фирма выполняет особо важный заказ по социально-экономическому развитию региона или предоставляет особо важные услуги населению;

- выполнение организацией государственного оборонного заказа.

Факторинг как форма финансирования

Одним из методов финансирования предпринимательской деятельности являются факторинговые операции — разновидность торгово-комиссионной операции. **Факторинг** — переуступка банку или специализированной факторинговой компании неоплаченных долговых требований (дебиторской задолженности), возникающих

между контрагентами в процессе реализации товаров и услуг на условиях коммерческого кредита, в сочетании с элементами бухгалтерского, информационного, сбытового, страхового, юридического и другого обслуживания фирмы-поставщика.

В факторинговых операциях участвуют три стороны:

□ *факторинговая компания* или *факторинговый отдел банка* — специализированное учреждение, покупающее у своих клиентов требования к их покупателям. Фактически происходит покупка дебиторской задолженности и финансирование фирм-клиентов;

□ *фирма-клиент* (поставщик товара, кредитор) — фирма, заключающая соглашение с факторинговой компанией;

□ *фирма-заемщик* — покупатель товара.

Факторинговые операции способствуют ускорению расчетов, экономии оборотных средств фирмы, а также ускорению оборачиваемости оборотных средств фирмы. Факторинговое обслуживание наиболее эффективно для малых и средних фирм, которые традиционно испытывают финансовые затруднения из-за несвоевременного погашения дебиторской задолженности и которые ограничены в получении банковского кредита.

Лизинг как вид инвестиционной деятельности

Правовые основы лизинга установлены ГК РФ (гл. 34, параграф 6) и Федеральным законом от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ “О финансовой аренде (лизинге)” (далее — Закон о лизинге). Законом определяется правовое положение субъектов лизинга, формы, типы и виды лизинга, правовые и экономические основы лизинга, меры государственной поддержки лизинговой деятельности.

Лизинг — совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе с приобретением предмета лизинга. **Лизинговая деятельность** — вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в лизинг. Предметом лизинга могут быть любые непотребляемые вещи, в том числе предприятия и другие имущественные комплексы, здания, сооружения, обо-

рудование, транспортные средства и другое движимое и недвижимое имущество, которое может использоваться для предпринимательской деятельности. Предметом лизинга не могут быть земельные участки и другие природные объекты, свободное обращение которых федеральными законами запрещено или для которых установлен особый порядок обращения.

Договор лизинга — договор, в соответствии с которым арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное арендатором (лизингополучателем) имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование. Договором лизинга может быть предусмотрено, что выбор продавца и приобретаемого имущества осуществляется лизингодателем. Договор лизинга может включать в себя условия, предусматривающие оказание дополнительных услуг и проведение дополнительных работ. Дополнительные услуги (работы) — это услуги (работы) любого рода, оказанные лизингодателем как до начала пользования, так и в процессе пользования предметом лизинга лизингополучателем и непосредственно связанные с реализацией договора лизинга. Перечень, объем и стоимость дополнительных услуг (работ) определяются соглашением сторон.

Лизинг является прямой инвестиционной деятельностью.

Субъекты лизинга — это лизингодатель, лизингополучатель, продавец (поставщик). **Лизингодатель** — физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных и (или) собственных денежных средств приобретает в ходе реализации договора лизинга в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга. **Лизингополучатель** — физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга.

Продавец — физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором купли-продажи с лизингодателем продает лизингодателю в обусловленный в договоре срок имущество, являющееся предметом лизинга. Продавец обязан передать предмет лизинга лизингодателю или лизингополучателю в соответствии с условиями договора купли-продажи. Продавец может одновременно выступать в качестве лизингополучателя в пределах одного лизингового правоотношения.

Основными формами лизинга являются внутренний лизинг и международный лизинг. При осуществлении внутреннего лизинга лизингодатель и лизингополучатель являются резидентами РФ. При осуществлении международного лизинга лизингодатель или лизингополучатель являются нерезидентами РФ. Сублизинг — вид поднайма предмета лизинга, при котором лизингополучатель по договору лизинга передает третьим лицам (лизингополучателям по договору сублизинга) во владение и в пользование за плату и на срок в соответствии с условиями договора сублизинга имущество, полученное ранее от лизингодателя по договору лизинга и составляющее предмет лизинга. Для передачи предмета лизинга в сублизинг обязательным условием является согласие лизингодателя, выраженное в письменной форме.

4.6. Современные характерные черты в управлении экономикой

Гибкость в управлении, способность и умение быстро перестраиваться, не упустить новые возможности, открываемые нововведениями и рынком, в настоящее время становятся важнее, чем прямая экономия управленческих расходов. Ориентация на потребительский спрос, проведение маневренной научно-технической, инновационной и рыночной политики, стремление к нововведениям стали основополагающими идеями новой философии управления. Стержень ее составляет признание социальной ответственности, лежащей на управляющих. Специалисты

полагают, что каждая фирма, вне зависимости от ее размера, должна иметь определенные цели, которые оправдывают ее существование в обществе.

Особое место управления в рыночной экономике обусловлено тем, что именно оно должно обеспечивать связанность, интеграцию экономических процессов на предприятии. Управление предприятием связывает воедино их внутренние ресурсы и внешнюю среду, наиболее существенными компонентами которой являются государственное регулирование экономики, конкуренция, состояние социальной среды и др.; управление усиливает адаптивность, конкурентоспособность бизнеса.

Рыночные отношения представляют достаточные возможности для эффективного управления предприятием, но реальное положение дел в экономике, спад промышленного производства, негативные изменения ее структуры часто сводят на нет все усилия в области повышения качества управления предприятием. Однако и в этих трудных условиях идет работа по совершенствованию управления предприятиями в целом и по отдельным его функциям. Именно сейчас в сложных экономических условиях должны реализовываться сильный, целенаправленный менеджмент предприятия, основанный на критическом отборе лучших направлений различных школ и подходов к менеджменту, сложившихся к настоящему времени, и учет современных тенденций развития хозяйственного управления¹.

Современная теория управления отражает объективные условия развития производственных сил и, соответственно, производственных отношений. Характерно, что само понятие менеджмента и класс менеджеров отчетливо выделились с отделением капитала-собственности от капитала-функции. Когда управленческий труд стал наемным, расширились возможности кредитования и стало возможным широкое развитие предпринимательства.

¹ См.: Горфинкель В. Я. и др. Экономика предприятия. — М.: ЮНИТИ, 2003. — С. 408.

Школы “рационального управления” и поведенческого, психологического направления, существовавшие долгое время параллельно, но при этом во многом противостоявшие друг другу, демонстрируют в настоящее время активные поиски путей интеграции.

Жесткое, строго формализованное стратегическое планирование трансформируется в концепцию стратегического управления, соответственно изменяются базовые принципы планирования и контроля, снижается численность занятых в различных службах предприятий. Упор на выработку четких и неизменных контрольных показателей во внутрифирменном планировании, регулярные процедуры финансового контроля и другой отчетности, т. е. все те элементы, которые ассоциируются с “жестким” управлением, постепенно уступают место методам “мягкого”, гибкого управления (вовлечение персонала в дела фирмы на основе большего взаимного доверия, поощрение предпринимчивости в процессе трудовой деятельности и др.).

Дополнение “жесткого” административного руководства элементами “мягкого” управления открывает значительные резервы повышения прибыльности предприятий.

В практике между этими элементами устанавливается своеобразный “баланс”: на этапах формирования идеи нововведения, ее разработки, сбыта и предоставления услуг потребителю доминируют поведенческие, гибкие подходы; при выполнении же рутинных операций, прежде всего производственных, применяются в основном методы “жесткого” управления, которые часто обогащаются приемами из арсенала “мягких” методов.

Другим важным итогом последних лет оказалось вычленение проблемы “организационной культуры” (культуры организации) и инновационного менеджмента. В настоящее время многие специалисты американского и японского менеджмента склонны ставить организационную культуру по силе воздействия на людей вровень с управленческой структурой. Анализ показал, что главный потенциал и в то же время главная опасность для прогрессивных изменений кроются в человеке, а точнее, в его сознании, в культуре, в культурных стереотипах его поведения в организации.

Большое внимание в последние годы уделяется формированию инновационного менеджмента — созданию организационных и экономических условий для “выращивания” новшеств (технологическая и коммерческая новизна), целенаправленному управлению процессом нововведений в фирме.

В 90-е гг. XX в. на первое место вышли разработки по изучению лидерства в управлении предприятием (фирмой, корпорацией). Специалисты понимают, что в современных условиях руководитель — это хозяйственный лидер, способный объединить усилия персонала и поощрить инициативу, преодолевать издержки бюрократических механизмов и гибко реагировать на изменения внешних условий.

Таким образом, обобщая разработки в области менеджмента предприятия (организации), можно сформулировать следующие принципиальные положения (основные характерные черты) современного управления.

1. Постепенный отказ от управленческого рационализма классических школ менеджмента, согласно которому успех предприятия определяется прежде всего рациональной организацией производства, уменьшением издержек, развитием специализации, т. е. воздействием управления на внутренние факторы производства. Сегодня на первый план выдвигаются проблемы *гибкости и адаптируемости к постоянным изменениям внешней среды*. Значение факторов внешней среды резко повышается в связи с усложнением всей системы общественных отношений (экономических, политических, социальных), составляющих среду менеджмента организации. Происходит целесообразная, разумная интеграция методов “жесткого” и “мягкого” типов управления в единую, адекватную условиям среды систему управления.

2. Рассмотрение *предприятия как целостной системы*, позволяющей вести исследование организации в единстве ее составных частей, которые неразрывно связаны с внешней средой, причем границы предприятия с внешней средой рассматриваются как проницаемые.

Предприятие как система не самообеспечивается, а зависит в своей деятельности от энергии, информации и других ресурсов, поступающих извне.

3. *Применение к управлению ситуационного подхода*, согласно которому вся организация внутри предприятия есть реакция на различные воздействия извне. Главное — это ситуации, т. е. конкретный набор обстоятельств, которые оказывают существенное влияние на работу предприятия в данный период времени.

4. Признание необходимости разработки и реализации *системы стратегического управления предприятием*. Суть ее состоит в том, что на предприятиях, с одной стороны, должно существовать четко выделенное и организованное, так называемое стратегическое планирование. С другой стороны, структура управления предприятием, системы и механизмы взаимодействия ее отдельных звеньев должны быть построены так, чтобы обеспечить выработку и гибкую реализацию долгосрочной стратегии для успеха конкуренции при изменяющихся условиях внешней среды и создать управляющий инструментарий для превращения этой стратегии в текущие производственно-хозяйственные планы. Метод стратегического управления сочетает стратегический подход к постановке задач и программно-целевой подход к их реализации.

5. Поворот бизнеса к управлению *организационной культурой* как системой ценностей, разделяемых персоналом фирм и связанных с конечными целями организации. “Организационная культура” предприятия включает и установление высоких стандартов деятельности, начиная с каждого работника предприятия, и обеспечение гибкого лидерства с акцентом на личные контакты, создание атмосферы всеобщей вовлеченности в дела фирмы и др. Ценятся способность и готовность делегировать полномочия подчиненным ступеням структуры управления и исполнителям, продуктивное взаимодействие руководителей и подчиненных, заинтересованный подход к стратегии управления, использование современных информационных технологий.

6. Признание определяющего значения для будущего организации *формирования и функционирования инновационного менеджмента*, обеспечивающего восприимчивость предприятия ко всему новому, к достижениям научно-технической мысли. Основой инновационного менеджмента на предприятии являются создание соответствующего организационного климата, инициатива сотрудников, создание адекватных форм инновационной деятельности и ее стимулирование.

7. Осознание *ведущей роли лидера в организации* как носителя нового хозяйственного мышления, ориентированного на нововведения и интеграцию усилий работников, на рациональный, оправданный риск, на использование культурно-этических инструментов руководства.

8. Признание *социальной ответственности менеджмента* как перед обществом в целом, так и перед отдельными людьми, работающими в организации. Предприятие — это прежде всего социальная система, эффективность которой зависит от главного ее ресурса — человека. Задача менеджера состоит в том, чтобы организовать эффективную совместную работу, в процессе которой каждый человек способен в максимальной степени раскрыть свой потенциал.

Практическое воплощение этих принципов управления весьма сложно и требует коренного пересмотра всей философии бизнеса, изменения психологии работающих (в том числе самих менеджеров), повышения их квалификации. Несмотря на это, все большее число предприятий пытается отойти от прежних командно-иерархических отношений в своих организациях и усилить позиции путем лучшего использования сильных сторон персонала. Одновременно меняются подходы к формированию стратегии развития предприятия и его целей, к построению структуры организации и менеджмента, к процессу разработки и принятия управленческих решений, к работе с персоналом и к оценке эффективности работы организации, ее подразделений и отдельных работников.

Обычно традиционная организация является ответом на стандартную технологию и неменяющуюся внешнюю среду. Со-

временная (или новая) организация — это реакция на быстрые перемены, на непрерывно меняющиеся технологии, на реакции внешней среды. Современный подход к организации представляет собой сбалансированное сочетание человеческих ценностей, организационных изменений и непрерывной адаптации к изменениям внешней среды.

Современная система управления должна быть простой и гибкой. Главным критерием ее построения является обеспечение конкурентоспособности и эффективности. Система управления должна отвечать следующим требованиям:

- иметь минимально необходимое число уровней управления;
- включать (небольшие) компактные подразделения, укомплектованные квалифицированными специалистами;
- базироваться на гибких структурах, основанных на командах специалистов;
- выпускать продукцию, ориентированную на конкурентный рынок;
- организация работы должна быть ориентирована на потребителя.

4.7. Реорганизация, ликвидация организации и индивидуальных предпринимателей

Реорганизация предпринимательских организаций

Реорганизация представляет собой такое изменение юридического лица, при котором все права и обязанности или их часть переходят к другому юридическому лицу, образованному в процессе реорганизации. Вновь организованной фирме (компании) в результате реорганизации переходят соответствующие права и обязанности ранее существующей организации (организаций). Реорганизация осуществляется в соответствии с ГК РФ и другими федеральными законами, регулирующими деятельность отдельных видов коммерческих организаций. Решение о реорганизации

юридического лица принимают его учредители (участники) либо орган юридического лица, уполномоченный на осуществление этой процедуры учредительными документами. Такая реорганизация считается добровольной. *Принудительная* реорганизация юридического лица в форме его разделения или выделения осуществляется в случаях, установленных законом, по решению уполномоченных государственных органов или по решению суда.

Юридическое лицо считается реорганизованным, за исключением случаев реорганизации в форме присоединения, с момента государственной регистрации вновь возникших юридических лиц. При реорганизации юридического лица в форме присоединения к нему другого юридического лица первое считается реорганизованным с момента внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о прекращении деятельности присоединенного юридического лица.

Реорганизация юридического лица в соответствии со ст. 57 ГК РФ осуществляется в следующих формах: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование.

Слиянием организации признается возникновение новой организации путем передачи ей всех прав и обязанностей двух или нескольких организаций с прекращением последних. При слиянии организаций все права и обязанности каждой из них переходят к вновь возникшей организации в соответствии с передаточным актом. Организации, участвующие в слиянии, заключают договор о слиянии, в котором определяются его порядок и условия. Вновь образованная путем слияния организация должна в установленном порядке пройти государственную регистрацию и стать на учет в налоговом органе по месту нахождения новой организации.

Присоединением организации признается прекращение одной или нескольких организаций с передачей всех их прав и обязанностей другой организации в соответствии с передаточным актом. Присоединяемая организация и организация, к которой осуществляется присоединение, заключают договор о присоединении, в котором определяются порядок и условия присоединения.

Разделением организации признается прекращение организации с передачей всех ее прав и обязанностей вновь создаваемым организациям. При разделении организации все ее права и обязанности переходят к двум или нескольким вновь создаваемым организациям в соответствии с разделительным балансом. Вновь созданные организации обязаны в установленном порядке осуществить государственную регистрацию и встать на учет в налоговом органе по месту своего нахождения.

Выделением организации признается создание одной или нескольких организаций с передачей им части прав и обязанностей реорганизуемой организации без прекращения последней. При выделении из состава организации одной или нескольких организаций к каждой из них переходит часть прав и обязанностей реорганизованной в форме выделения организации в соответствии с разделительным балансом.

Организация в соответствии с требованиями, установленными ГК РФ, федеральными законами, может преобразоваться в коммерческую организацию иной организационно-правовой формы. Так, акционерное общество может преобразоваться в установленном порядке в общество с ограниченной ответственностью или в производственный кооператив. Полное товарищество может быть преобразовано в хозяйственное общество. При выбытии из товарищества на вере всех вкладчиков полные товарищи имеют право преобразовать товарищество на вере в полное товарищество. Общество с ограниченной ответственностью вправе преобразоваться в акционерное общество или в производственный кооператив. Производственный кооператив в установленном порядке по единогласному решению его членов может преобразоваться в хозяйственное товарищество или общество. При преобразовании юридического лица одного вида в юридическое лицо другого вида (изменение организационно-правовой формы) к вновь возникшему юридическому лицу переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с передаточным актом.

При реорганизации передаточный акт и разделительный баланс утверждаются общим собранием учредителей (участников)

организации или органом, принявшим решение о реорганизации, и представляются вместе с учредительными документами для государственной регистрации вновь возникших юридических лиц или внесения изменений в учредительные документы существующих юридических лиц. Непредставление передаточного акта или ликвидационного баланса, а также отсутствие в нем положений о правопреемстве по обязательствам реорганизованного юридического лица влекут отказ в государственной регистрации вновь возникших юридических лиц. Передаточный акт и разделительный баланс должны содержать положения о правопреемстве по всем обязательствам реорганизованного юридического лица в отношении всех кредиторов и документов, включая обязательства, оспариваемые сторонами. Учредители (участники) юридического лица или его орган, принявшие решение о реорганизации юридического лица, обязаны письменно уведомить об этом кредиторов реорганизуемого юридического лица.

Возникшая в результате преобразования организация-налогоплательщик обязана встать на учет в налоговом органе в течение 10 дней после ее государственной регистрации. Для этого необходимо подать заявление по установленной форме, представить заверенные копии учредительных и иных документов, необходимых для государственной регистрации, других документов, подтверждающих в соответствии с законодательством Российской Федерации создание организации.

Ликвидация предпринимательских организаций

Предпринимательская организация как юридическое лицо может быть ликвидирована в соответствии с ГК РФ, Федеральным законом “О несостоятельности (банкротстве)”, федеральными законами об отдельных организационно-правовых формах предпринимательской деятельности. Ликвидация юридического лица влечет его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам.

Юридическое лицо может быть ликвидировано:

□ по решению его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на то учредительными до-

кументами, в том числе в связи с истечением срока, на который создано юридическое лицо; с достижением цели, ради которой оно создано;

□ по решению суда в случае допущенных при его создании грубых нарушений закона, либо осуществления деятельности без надлежащего разрешения (лицензии), либо деятельности, запрещенной законом, либо с иными неоднократными нарушениями закона или иных правовых актов, а также в случаях, предусмотренных ГК РФ;

□ по решению арбитражного суда в случае признания предпринимательской организации несостоятельной (банкротом) в соответствии с положениями Федерального закона от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ “О несостоятельности (банкротстве)”.

Учредители (участники) юридического лица или орган, принявшие решение о ликвидации юридического лица, незамедлительно письменно сообщают об этом решении органу, осуществляющему государственную регистрацию юридического лица, а также в налоговый орган по месту нахождения юридического лица.

Одновременно по согласованию с регистрирующим органом назначается ликвидационная комиссия (ликвидатор) и устанавливаются порядок и сроки ликвидации предпринимательской организации. Ликвидационная комиссия обязана в установленном порядке опубликовать сообщение о ликвидации юридического лица, порядке и сроках заявления требований его кредиторами. Этот срок не может быть менее 2 месяцев с момента публикации объявления о ликвидации организации. Ликвидационная комиссия должна осуществить меры по выявлению кредиторов организации, письменно сообщить им о ликвидации юридического лица, добиться получения дебиторской задолженности.

По истечении 2-месячного срока после публикации и предъявления требований кредиторов в этот же срок ликвидационная комиссия должна составить промежуточный ликвидационный баланс, который должен содержать сведения о составе имущества ликвидируемой организации, перечень предъявленных кредиторами требований. Промежуточный ликвидационный баланс

утверждается учредителями (участниками) юридического лица или органом, принявшим решение о ликвидации юридического лица, по согласованию с регистрирующим органом. Если у ликвидируемой предпринимательской организации недостаточно денежных средств для удовлетворения требований кредиторов, ликвидационная комиссия осуществляет продажу имущества организации с публичных торгов в установленном порядке.

При ликвидации предпринимательской организации требования ее кредиторов удовлетворяются в следующей очередности (ст. 64 ГК РФ):

□ в первую очередь удовлетворяются требования граждан, перед которыми ликвидируемая организация несет ответственность за причинение вреда жизни или здоровью, путем капитализации соответствующих повременных платежей, а также по требованиям о компенсации морального вреда;

□ во вторую очередь производятся расчеты по выплате выходных пособий и оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и по выплате вознаграждений по авторским договорам;

□ в третью очередь погашается задолженность по обязательным платежам в бюджет и во внебюджетные фонды;

□ в четвертую очередь производятся расчеты с другими кредиторами в соответствии с законом.

Требования каждой очереди удовлетворяются после полного удовлетворения требований предыдущей очереди. При недостаточности имущества ликвидируемой организации оно распределяется между кредиторами соответствующей очереди пропорционально суммам требований, подлежащих удовлетворению, если иное не установлено законом.

Порядок и очередность удовлетворения требований кредиторов организации, объявленной несостоятельной (банкротом), осуществляется в соответствии с Федеральным законом "О несостоятельности (банкротстве)".

После завершения расчетов с кредиторами ликвидационная комиссия составляет ликвидационный баланс, который утверждается учредителями (участниками) организации или

органом, принявшим решение о ликвидации организации, по согласованию с органом, осуществляющим государственную регистрацию организации.

Процедура снятия с налогового учета считается завершенной после выдачи представителю ликвидационной комиссии (ликвидатору) информационного письма о снятии организации с учета на основании полученных от ликвидационной комиссии первого экземпляра карты постановки на налоговый учет и ликвидационного баланса, согласованного с органом, осуществившим государственную регистрацию организации. Ликвидированная организация исключается из единого государственного реестра юридических лиц и из единого реестра организаций-налогоплательщиков.

Предпринимательская организация может добровольно или в принудительном порядке при наличии законных оснований быть признана несостоятельной (банкротом) и ликвидирована по решению арбитражного суда.

Несостоятельность (банкротство) предпринимательских организаций

Общая характеристика банкротства организаций

Институт банкротства является важнейшим элементом механизма рыночной экономики. Его назначение состоит в добровольной или принудительной ликвидации несостоятельных юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, когда проведение мер по предупреждению банкротства, осуществление досудебной санации, либо наблюдения, либо внешнего управления не обеспечили необходимый уровень платежеспособности организации.

Механизм банкротства организаций, индивидуальных предпринимателей ранее соответствовал Закону РФ от 19 ноября 1992 г. № 3929-1 "О несостоятельности (банкротстве) предприятий"; Гражданскому кодексу РФ, Арбитражному процессуальному кодексу РФ и соответствующим нормативным актам. В настоящее время действует Федеральный закон от 26 октября 2002 г.

№ 127-ФЗ “О несостоятельности (банкротстве)”, в соответствии с которым теперь осуществляются процедуры банкротства организаций, индивидуальных предпринимателей, а также граждан-должников.

Таким образом, положения Федерального закона “О несостоятельности (банкротстве)” распространяются на все юридические лица, за исключением казенных предприятий, учреждений, политических партий и религиозных организаций. Каждый из названных хозяйствующих субъектов, признанный должником, может быть объявлен арбитражным судом банкротом.

Должником считается гражданин, в том числе индивидуальный предприниматель, или юридическое лицо, не способные удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в установленные законом сроки. Под *денежным обязательством* понимается обязанность должника уплатить кредитору определенную денежную сумму по гражданско-правовой сделке и по иным основаниям, предусмотренным ГК РФ бюджетным законодательством РФ. *Обязательными платежами* являются налоги, сборы и иные обязательные взносы в бюджеты соответствующего уровня и во внебюджетные фонды в порядке и на условиях, которые определяются законодательством Российской Федерации.

Под *несостоятельностью (банкротством)* понимается признанная арбитражным судом неспособность должника удовлетворить в полном объеме требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в бюджет соответствующего уровня (федеральный, бюджет субъекта Российской Федерации, местный бюджет) и в государственные социальные внебюджетные фонды в порядке и на условиях, определенных федеральным законодательством.

Признаки банкротства. Признаком банкротства организации считается ее неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) неисполнение обязанностей перед бюджетом в течение 3 месяцев с момента

наступления даты их исполнения. Для определения наличия признаков банкротства организации-должника принимается во внимание размер денежных обязательств, в том числе размер задолженности за переданные товары, выполненные работы и оказанные услуги, суммы займов с учетом процентов, подлежащих уплате должником, за исключением обязательств перед гражданами, перед которыми организация-должник несет ответственность за причинение вреда жизни и здоровью, обязательств по выплате авторского вознаграждения, а также обязательств перед учредителями (участниками) организации-должника, вытекающих из их участия. Подлежащие уплате за неисполнение или ненадлежащее исполнение денежного обязательства неустойки (штрафы, пени) не учитываются при определении размера денежных обязательств.

Для определения наличия признаков банкротства организации должны приниматься в расчет размер обязательных платежей (налогов, сборов) без учета установленных федеральным законодательством штрафов (пеней) и других финансовых (экономических) санкций.

Арбитражный суд может возбудить производство по делу о банкротстве, если требования к организации-должнику в совокупности составляют не менее 100 тыс. руб. В соответствии с Федеральным законом заявление о признании организации банкротом в связи с неисполнением денежных обязательств в арбитражный суд могут подать организация-должник, кредиторы и прокурор, а в связи с неисполнением обязанности по уплате обязательных платежей — организация-должник, прокурор, налоговые органы и иные уполномоченные в соответствии с федеральными законами органы (уполномоченные органы Пенсионного фонда РФ, Фонда обязательного медицинского страхования и Фонда социального страхования).

Так, организация-должник имеет право обратиться в арбитражный суд с заявлением должника в предвидении банкротства при наличии обстоятельств, очевидно свидетельствующих о том, что она будет не в состоянии исполнить денежные обязательства и (или) обязанность по уплате обязательных платежей в уста-

новленный срок. Федеральным законом “О несостоятельности (банкротстве)” (ст. 9) установлены случаи, при наступлении которых организация-должник обязана подать заявление в арбитражный суд.

Кредиторы организации-должника. Кредиторами по денежным обязательствам являются российские и иностранные физические и юридические лица, а также Российская Федерация, субъекты РФ, муниципальные образования. Правом на подачу заявления кредитора о признании организации-должника банкротом обладают уполномоченные органы и конкурсные кредиторы — кредиторы по денежным обязательствам, за исключением граждан, перед которыми должник несет ответственность за причинение вреда жизни и здоровью, а также учредителей (участников) должника-организации (предприятия) по обязательствам, вытекающим из такого участия. При проведении процедур банкротства интересы кредиторов представляют собрание кредиторов и комитет кредиторов. Поэтому все действия в отношении организации-должника от имени кредиторов осуществляются собранием кредиторов и комитетом кредиторов, которые свои функции осуществляют в соответствии с Федеральным законом “О несостоятельности (банкротстве)”. Следует подчеркнуть, что участниками собрания кредиторов с правом решающего голоса являются только конкурсные кредиторы, а в части требований по обязательным платежам — налоговые и иные уполномоченные органы. В собрании кредиторов могут принимать участие представители работников организации-должника без права голоса.

Собрание кредиторов созывается по инициативе:

- ☐ арбитражного управляющего;
- ☐ комитета кредиторов;
- ☐ конкурсных кредиторов и (или) уполномоченных органов, права требования которых составляют не менее 10% общей суммы требований кредиторов по денежным обязательствам и об уплате обязательных платежей, включенных в реестр требований кредиторов;
- ☐ 1/3 от общего количества конкурсных кредиторов и уполномоченных органов.

В реестре требований кредиторов к должнику, который ведет арбитражный управляющий или реестродержатель, должны указываться сведения о каждом кредиторе, размере его требований по денежным обязательствам и (или) обязательным платежам, об очередности удовлетворения каждого требования.

Арбитражные управляющие. В соответствии с Федеральным законом “О несостоятельности (банкротстве)” арбитражным управляющим является лицо, назначаемое арбитражным судом для проведения процедур банкротства и осуществления иных полномочий в соответствии с законодательством. В зависимости от проведения процедур банкротства различают временного управляющего (процедура наблюдения), внешнего управляющего (внешнее управление должником), конкурсного управляющего (конкурсное производство). Арбитражным управляющим арбитражный суд может назначить физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, обладающее специальными знаниями и не являющееся заинтересованным лицом в отношении должника (организации, гражданина) и кредиторов. Арбитражные управляющие действуют на основании лицензии, выдаваемой государственным органом по делам о банкротстве и финансовому оздоровлению. Арбитражным управляющим не могут быть назначены лица, осуществлявшие ранее управление делами должника-организации; лица, в отношении которых имеются ограничения на осуществление деятельности по управлению делами и (или) имуществом других лиц (дисквалифицированные лица); лица, имеющие судимость.

Прекращение деятельности индивидуального предпринимателя

В соответствии с Законом “О несостоятельности (банкротстве)” индивидуальный предприниматель может быть признан банкротом в установленном порядке по решению арбитражного суда. Индивидуальный предприниматель считается неспособным удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обязательства и

(или) обязанности не исполнены им в течение 3 месяцев и если сумма его обязательств превышает стоимость принадлежащего ему имущества.

Заявление о признании индивидуального предпринимателя банкротом может быть подано должником, индивидуальным предпринимателем, кредитором, требование которого связано с обязательствами при осуществлении предпринимательской деятельности, а также уполномоченными органами. С момента принятия арбитражным судом решения о признании индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства утрачивает силу его государственная регистрация в качестве индивидуального предпринимателя, а также аннулируются выданные ему лицензии на осуществление отдельных видов предпринимательской деятельности. Арбитражный суд направляет копию решения о признании индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства в орган, зарегистрировавший гражданина в качестве индивидуального предпринимателя (ст. 215, 216 Закона «О несостоятельности (банкротстве)». В ходе конкурсного производства индивидуальный предприниматель исполняет требования кредитора в очередности в соответствии с п. 3 ст. 25 ГК РФ.

Индивидуальный предприниматель, признанный банкротом, не может быть зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя в течение одного года с момента признания его банкротом.

При осуществлении процедуры признания банкротом индивидуального предпринимателя его кредиторы по обязательствам, не связанным с осуществлением им предпринимательской деятельности, также вправе предъявить свои требования. Требования указанных кредиторов, не заявленные ими в таком порядке, сохраняют силу после завершения процедуры банкротства индивидуального предпринимателя.

Требования кредиторов индивидуального предпринимателя в случае признания его банкротом удовлетворяются за счет принадлежащего ему имущества в порядке и очередности, которые предусмотрены законом о несостоятельности (банкротстве).

После завершения расчетов с кредиторами индивидуальный предприниматель, признанный банкротом, освобождается от исполнения оставшихся обязательств, связанных с его предпринимательской деятельностью, и иных требований, предъявленных к исполнению и учтенных при признании предпринимателя банкротом.

Сохраняют силу требования граждан, перед которыми лицо, объявленное банкротом, несет ответственность за причинение вреда жизни или здоровью, а также иные требования личного характера.

Контрольные вопросы

1. Кто такой предприниматель?
2. Факторы, влияющие на предпринимательскую идею.
3. Дайте характеристику организационно-правовым формам предпринимательской деятельности.
4. Порядок организации нового предприятия
5. Порядок составления бизнес-плана.
6. Основные источники финансирования предприятий малого бизнеса.
7. Основные принципиальные положения современного управления.
8. Порядок реорганизации и ликвидации индивидуальных предпринимателей.

Глава 5. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

5.1. Кто может стать индивидуальным предпринимателем

Индивидуальным предпринимателем может быть любое дееспособное физическое лицо (гражданин) Российской Федерации, которому законодательными актами не запрещено заниматься предпринимательской деятельностью.

В соответствии со ст. 23 ГК РФ гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Глава крестьянского (фермерского) хозяйства, осуществляющего деятельность без образования юридического лица, признается предпринимателем с момента государственной регистрации крестьянского (фермерского) хозяйства. К предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, применяются правила ГК РФ, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями. В соответствии с п. 4 ст. 23 ГК РФ гражданин, занимающийся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, но при этом не зарегистрированный в качестве индивидуального предпринимателя, не имеет права ссылаться в отношении заключенных им при этом сделок на то, что не является предпринимателем.

К индивидуальным предпринимателям относятся физические лица, зарегистрированные в установленном порядке

и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также частные нотариусы, частные охранники, частные детективы. Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, но не зарегистрировавшиеся в качестве индивидуальных предпринимателей в нарушение требований гражданского законодательства Российской Федерации, должны исполнять обязательства и обязанности как индивидуальные предприниматели.

Таким образом, чтобы дееспособное физическое лицо (гражданин) приобрело статус индивидуального предпринимателя, оно должно получить свидетельство о государственной регистрации.

5.2. Порядок государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя

Индивидуальная предпринимательская деятельность дееспособных физических лиц должна быть законной, т. е. гражданин, чтобы стать индивидуальным предпринимателем, должен в установленном порядке представить в регистрирующий орган по месту жительства следующие документы:

- ☐ заявление, составленное по установленной форме;
- ☐ учредительные документы юридического лица (подлинники или засвидетельствованные нотариусом копии);
- ☐ документ об уплате регистрационного сбора и др. (ст. 12 Закона “О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей”).

Порядок государственной регистрации физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей установлен Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ “О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей”. Указанные в нем документы физическое лицо может представить в регистрирующий орган лично либо направить ценным почтовым отправлением с уведомлением и

описью вложения. Датой поступления документов для государственной регистрации является дата фактической подачи заявления в регистрирующий орган или дата почтового отправления, указанная в квитанции о почтовом отправлении документов. При направлении документов для государственной регистрации по почте к документам прикладывается конверт с обратным адресом и знаками оплаты почтового адресата.

Государственная регистрация индивидуальных предпринимателей должна осуществляться регистрирующим органом в день представления документов либо в 5-дневный срок со дня получения документов по почте. В тот же срок заявителю выдается (высылается по почте) бессрочное свидетельство о регистрации его в качестве предпринимателя. Требование иных документов или совершение иных действий при регистрации предпринимателя не допускается.

В заявлении, подаваемом в регистрирующий орган, необходимо указать все те виды деятельности, которыми индивидуальный предприниматель будет заниматься при осуществлении предпринимательской деятельности. Конечно, следует указать только те виды деятельности, которыми не запрещено заниматься предпринимательским организациям или индивидуальным предпринимателям. В свидетельстве о государственной регистрации указывают виды деятельности, изложенные в заявлении. Если индивидуальный предприниматель намеревается впоследствии осуществлять виды деятельности, не зафиксированные в свидетельстве, он обязан осуществить перерегистрацию в установленном порядке.

Для занятия определенными видами деятельности индивидуальному предпринимателю в соответствии с законодательством и постановлениями Правительства РФ необходимо получить лицензию или квалификационный аттестат. При регистрации отсутствие таких документов не является препятствием для выдачи свидетельства о регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя, кроме случаев, предусмотренных Законом РФ от 11 марта 1992 г. № 2487-1 "О частной детективной и охранной деятельности в Российской

Федерации”. Следовательно, отказ в регистрации физического лица в качестве предпринимателя допускается только в случаях несоответствия содержащихся в заявлении о регистрации сведений установленным требованиям. Отказ государственной регистрации предпринимателей, уклонение от совершения процедур регистрации граждане могут обжаловать в суд. Следует отметить, что неправомерный отказ в регистрации индивидуального предпринимателя, ограничение прав и законных его интересов являются уголовно наказуемым деянием в соответствии со ст. 169 Уголовного кодекса РФ (далее — УК РФ) “Воспрепятствование законной предпринимательской деятельности”.

Свидетельство о государственной регистрации индивидуального предпринимателя оформляется в трех экземплярах, один из которых остается в регистрирующем органе, второй выдается предпринимателю, третий должен быть направлен в налоговый орган по месту жительства физического лица, получившего свидетельство индивидуального предпринимателя.

Физические лица уплачивают регистрационный сбор за государственную регистрацию их в качестве предпринимателей. Предельный размер ставки регистрационного сбора, а также категории плательщиков, которым предоставляют льготы по уплате сбора, устанавливаются органами местного самоуправления. При этом предельный размер ставки сбора не должен превышать установленный законом размер минимальной месячной оплаты труда.

Свидетельство о государственной регистрации предъявляется по требованию должностных лиц налоговых и иных органов, определяемых законодательными актами. Осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации является одним из признаков незаконной предпринимательской деятельности и подлежит уголовному наказанию.

5.3. Постановка на учет в налоговом органе

В соответствии с частью первой НК РФ индивидуальные предприниматели как налогоплательщики должны встать на

учет в налоговом органе по месту жительства в течение 10 дней после их государственной регистрации. Заявление о постановке на налоговый учет частных нотариусов, частных детективов, частных охранников подается в налоговый орган по месту их жительства в течение 10 дней после выдачи им лицензий, свидетельства или иного документа, на основании которого осуществляется их деятельность.

Форма заявления о постановке на налоговый учет была установлена Министерством РФ по налогам и сборам (МНС РФ)¹. При подаче заявления индивидуальный предприниматель одновременно с заявлением о постановке на учет представляет свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или копию лицензии на право занятия частной практикой, а также документы, удостоверяющие личность налогоплательщика и подтверждающие регистрацию по месту жительства.

При постановке на учет в состав сведений об индивидуальных предпринимателях включаются также персональные данные:

- ☐ фамилия, имя, отчество;
- ☐ дата и место рождения;
- ☐ пол;
- ☐ адрес места жительства;
- ☐ данные паспорта или иного документа, удостоверяющего личность налогоплательщика;
- ☐ гражданство.

При постановке на учет в налоговом органе сведения о каждом налогоплательщике автоматизированно обрабатываются, и ему в установленном порядке присваивается идентификационный номер налогоплательщика (ИНН), являющийся единым учетным номером в налоговых органах Российской Федерации. ИНН индивидуального предпринимателя представляет собой 12-значный цифровой код, который каждый налогоплательщик указывает в подаваемой декларации и в других документах. На-

¹ В настоящее время Федеральная налоговая служба.

логовый орган обязан осуществить постановку налогоплательщика на учет в течение 5 дней со дня подачи им всех документов и в тот же срок выдать соответствующее свидетельство, форма которого установлена МНС РФ. При необходимости налоговый орган выдает индивидуальному предпринимателю справку о постановке на учет в налоговом органе для открытия ему в банке или ином кредитном учреждении расчетного счета с соответствующей отметкой в журнале.

Постановка на учет, снятие с учета в налоговом органе осуществляются бесплатно.

Индивидуальный предприниматель обязан в соответствии с законодательством о налогах и сборах в течение 30 дней со дня регистрации недвижимого имущества, подлежащего налогообложению, подать заявление в налоговый орган о постановке такого имущества на учет в налоговом органе.

Органы, регистрирующие физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обязаны сообщать в налоговый орган по месту своего нахождения о физических лицах, которые зарегистрировались или прекратили свою деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, в течение 10 дней после выдачи свидетельства о регистрации, его изъятия либо истечения срока действия.

Органы, осуществляющие учет и (или) регистрацию недвижимого имущества, являющегося объектом налогообложения, обязаны сообщать о расположенной на подведомственной им территории недвижимом имуществе или о транспортных средствах, зарегистрированных в этих органах, и их владельцах в налоговые органы по месту нахождения в течение 30 дней после регистрации имущества.

Банк обязан сообщить об открытии или закрытии счета индивидуального предпринимателя в налоговый орган по месту его учета в 5-дневный срок со дня соответствующего открытия или закрытия счета.

За нарушение сроков постановки на учет в налоговом органе, а также постановки на учет имущества, подлежащего налогообложению, индивидуальные предприниматели несут ответственность.

5.4. Ведение индивидуальными предпринимателями Книги учета доходов и расходов хозяйственных операций

Ведение индивидуальными предпринимателями учета доходов и расходов и хозяйственных операций осуществляется в соответствии с Порядком учета доходов и расходов и хозяйственных операций, утвержденным Минфином РФ и МНС РФ от 13 августа 2002 г. № 86н/БГ-3-04/430.

Этот порядок не распространяется на доходы индивидуальных предпринимателей, по которым применяется упрощенная система налогообложения, учета и отчетности, предусмотренная для субъектов малого предпринимательства, а также на доходы, по которым уплачивается единый налог на вмененный доход.

Индивидуальные предприниматели должны обеспечить полноту, непрерывность и достоверность учета всех полученных доходов, произведенных расходов и хозяйственных операций при осуществлении предпринимательской деятельности и деятельности, осуществляемой частными нотариусами (далее — предпринимательская деятельность).

Данные учета доходов и расходов и хозяйственных операций используются для исчисления налоговой базы по налогам, уплачиваемым индивидуальными предпринимателями в соответствии с налоговым законодательством Российской Федерации.

Учет доходов и расходов и хозяйственных операций ведется индивидуальными предпринимателями путем фиксирования в Книге учета доходов и расходов и хозяйственных операций индивидуального предпринимателя (далее — Книга учета) операций о полученных доходах и производственных расходах в момент их совершения на основе первичных документов позиционным способом.

В Книге учета отражаются имущественное положение индивидуального предпринимателя, а также результаты предпринимательской деятельности за налоговый период.

Учет доходов и расходов и хозяйственных операций ведется в российской валюте — в рублях. Записи в Книге учета по валютным счетам, а также по операциям в иностранной валюте производятся в рублях в суммах, определяемых путем пересчета иностранной валюты по курсу Центрального банка РФ, устанавливаемому на дату фактического получения дохода (на дату фактического осуществления расхода).

Документирование фактов предпринимательской деятельности, ведение Книги учета осуществляется на русском языке. Первичные учетные документы, составленные на иностранном языке или иных языках народов Российской Федерации, должны иметь подстрочный перевод на русский язык.

Индивидуальные предприниматели ведут учет доходов и расходов и хозяйственных операций в соответствующих разделах Книги учета, примерная форма которой приведена ниже. Учет полученных доходов, произведенных расходов и хозяйственных операций ведется индивидуальным предпринимателем отдельно по каждому из видов осуществляемой предпринимательской деятельности.

Индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в образовательной, культурной, спортивной сферах и в сфере здравоохранения, обязаны также указывать в Книге учета фамилию, имя, отчество, адрес (место жительства), паспортные данные, идентификационный номер налогоплательщика (далее — ИНН, при его наличии) физических лиц, которым оказываются соответствующие услуги.

При необходимости, с учетом конкретной специфики тех или иных видов деятельности, а также в случае, если индивидуальные предприниматели освобождены от исполнения обязанностей налогоплательщика, связанных с исчислением и уплатой налога на добавленную стоимость, налогоплательщик по согласованию с налоговым органом вправе разработать иную форму Книги учета, оставив в ней показатели, необходимые для исчисления налоговой базы и (или) включив в нее показатели, связанные со спецификой осуществляемой им деятельности.

В Книге учета (раздел I) отражаются все доходы, полученные предпринимателями от осуществления ими предпринимательской деятельности на предусмотренные налоговым законодательством Российской Федерации налоговые вычеты.

В доход включаются все поступления от реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг, а также стоимость имущества, полученного безвозмездно. Стоимость реализованных товаров, выполненных работ и оказанных услуг отражается с учетом фактических затрат на их приобретение, выполнение, оказание и реализацию.

Суммы, полученные в результате реализации имущества, используемого в процессе осуществления предпринимательской деятельности, включаются в доход того налогового периода, в котором этот доход фактически получен.

Доходы от реализации основных средств и нематериальных активов определяются как разница между ценой реализации и их остаточной стоимостью. Под расходами понимаются фактически произведенные и документально подтвержденные затраты, непосредственно связанные с извлечением доходов.

В целях упорядочения учета и в соответствии с их экономическим содержанием расходы, в частности, включают:

- 1) материальные расходы;
- 2) расходы на оплату труда;
- 3) амортизационные отчисления;
- 4) прочие расходы, связанные с производством и реализацией товаров (выполнением работ, оказанием услуг).

Индивидуальные предприниматели обязаны в течение 4 лет обеспечивать сохранность учетных документов, Книги учета и других документов, необходимых для исчисления и уплаты налогов.

Книга учета предназначена для обобщения, систематизации и накопления информации, содержащейся в принятых к учету первичных учетных документах. Книга учета может вестись как на бумажных носителях, так и в электронном виде. При ведении Книги учета в электронном виде индивидуальные предприниматели обязаны по окончании налогового периода вывести ее на бумажные носители.

Индивидуальные предприниматели самостоятельно приобретают Книгу учета или журналы, блокноты для ее ведения. На последней странице пронумерованной и прошнурованной индивидуальным предпринимателем Книги учета указывается число содержащихся в ней страниц, которое заверяется подписью должностного лица налогового органа и скрепляется печатью. В аналогичном порядке должна быть оформлена и Книга учета, которая велась в электронном виде и была выведена по окончании налогового периода на бумажные носители¹.

При хранении Книги учета индивидуальным предпринимателем должна обеспечиваться ее защита от несанкционированных исправлений. Исправление ошибок в Книге учета должно быть обосновано и подтверждено подписью индивидуального предпринимателя с указанием даты исправления.

Выполнение хозяйственных операций, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, должно подтверждаться первичными учетными документами. Первичные учетные документы принимаются к учету, если они составлены по форме, содержащейся в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации, утвержденных Госкомстатом².

Документы, форма которых не предусмотрена в этих альбомах, должны содержать следующие обязательные реквизиты, обеспечивающие возможность проверки достоверности сведений, указанных в первичных документах:

- 1) наименование документа (формы);
- 2) дату составления документа;
- 3) при оформлении документа от имени:

□ *юридических лиц* — наименование организации, от имени которой составлен документ, ее ИНН;

□ *индивидуальных предпринимателей* — фамилия, имя, отчество, номер и дата выдачи документа о государственной

¹ См.: Лапуста М. Г., Поршнев А. Г. и др. Предпринимательство. — М.: Инфра-М, 2002. — С. 73–78.

² В настоящее время Федеральная служба государственной статистики.

регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, ИНН;

□ *физических лиц* — фамилия, имя, отчество, наименование и данные документа, удостоверяющего личность, адрес места жительства, ИНН, если он имеется;

4) содержание хозяйственной операции с измерителями в натуральном и денежном выражении;

5) наименование должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильность ее оформления (для юридических лиц);

6) личные подписи указанных лиц и их расшифровки, включая случаи создания документов с применением средств вычислительной техники.

При оформлении любой хозяйственной операции по приобретению товара к накладной на отпуск товара или другому документу, в котором фиксируется отпуск товаров, а именно, товарному чеку, счету-фактуре, договору, торгово-закупочному акту, должен прилагаться документ, подтверждающий факт оплаты товара: кассовый чек или квитанция к приходному ордеру, или платежное поручение с отметкой банка об исполнении, или документ строгой отчетности, свидетельствующий о фактически произведенных расходах.

Первичные учетные документы (за исключением кассового чека) должны быть подписаны индивидуальным предпринимателем. Они должны быть составлены в момент совершения хозяйственной операции, а если это не представляется возможным — непосредственно по окончании операции. Внесение исправлений в кассовые и банковские документы не допускается. В остальные первичные учетные документы исправления могут вноситься лишь по согласованию с лицами, составившими и подписавшими эти документы, что должно быть подтверждено подписями этих лиц с указанием даты внесения исправлений.

Ниже приводится форма Книги учета доходов и расходов и хозяйственных операций и общие требования к порядку ее заполнения (подробнее см. приказ Минфина РФ № 86н МНС № БГ-3-04/430 от 13 августа 2002 г.).

**КНИГА УЧЕТА
ДОХОДОВ И РАСХОДОВ
И ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОПЕРАЦИЙ
ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

№ ----- серия ----- том -----

**Сведения
об индивидуальном предпринимателе**

Фамилия, имя, отчество _____
ИНН, когда присвоен _____
Код и наименование налогового органа, в котором налогоплатель-
щик поставлен на учет _____

Свидетельство о предпринимательской деятельности № _____
выдано

“ ” _____ года на срок _____

Администрацией _____

Виды предпринимательской деятельности _____

Лицензия на вид деятельности, когда, на какой срок и кем выдана

Номера счетов, используемых для занятия предприниматель-
ской деятельностью _____

Наименование банка, где открыты счета _____

Наличие контрольно-кассовых машин, их номера _____

Место осуществления деятельности _____

Телефон: _____ домашний; _____ рабочий

Дополнительная информация о налогоплательщике _____

С формой и с общими требованиями к порядку заполнения Книги
учета ознакомлен: _____

(подпись индивидуального предпринимателя)

“ ” _____ 200__ года

Раздел I. Учет доходов и расходов

Учет приобретенного и израсходованного сырья по видам товаров (работ, услуг)

Таблица 1-1А

[illegible]

«7» Таблица используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, облагаемым НДС.

**Раздел III. Расчет амортизации по малоценным
и быстроизнашивающимся предметам**

Расчет для продолжения начисления амортизации
по малоценным и быстроизнашивающимся предметам,
не списанным по состоянию на 1 января 2002 г.,
за налоговой период 200_ г.

Таблица 3

№ п/п	Наименование малоценных и быстроизнаши- вающихся предметов (МБП)	Дата приоб- ретення (число, месяц, год), основание приобретения	Первоначаль- ная стоимость (руб.)	Оставшиеся 50% стоимости МБП при вы- бытии (руб.)	Дата выбы- тия (число, месяц, год), основание выбытия	Примечание
1	2	3	4	5	6	7
	Всего за год	х			х	х

**Раздел V. Расчет начисленных (выплаченных)
в виде оплаты труда доходов
и удержанных с них налогов**

Расчет начисленных (выплаченных) в виде оплаты
труда доходов и удержанных с них налогов
за _____ 200 г.

Таблица 5

[illegible]

Раздел VI. Определение налоговой базы

Определение налоговой базы
по налогу на доходы физических лиц
за налоговый период 200_ г.

Таблица 6-1

Показатели	Сумма (руб.)
Доход	
1. Доход от реализации товаров, выполненных работ, оказанных услуг (гр. 16 табл. № 1-7А и (или) гр. 15 табл. № 1-7Б)	
2. Прочие доходы (в том числе стоимость имущества, полученного безвозмездно)	
Итого доходов:	
Расход	
1. Материальные расходы (гр. 10 табл. № 1-7А и (или) табл. № 1-7Б)	
2. Суммы амортизации по амортизируемому имуществу (гр. 11 табл. № 2-1; гр. 12 либо гр. 15 табл. № 2-2; гр. 5 табл. № 3-1; гр. 10 табл. № 4-1; гр. 8 табл. № 4-2)	
3. Расходы на оплату труда (гр. 7 табл. № 5-1)	
4. Прочие расходы (из табл. № 6-2)	
Итого расходов:	
5. Расходы, произведенные в отчетном налоговом периоде, но связанные с получением доходов в следующих налоговых периодах (из табл. № 6-3)	

В Книге учета прошнуровано, пронумеровано _____
страниц

Заверено: _____

(наименование налогового органа)

(фамилия, имя, отчество должностного лица налогового органа)

(дата)

М.П.

Общие требования к порядку заполнения Книги учета

Индивидуальные предприниматели заполняют Книгу учета непосредственно в момент совершения операции. Для индивидуальных предпринимателей, осуществляющих реализацию товаров (выполнение работ, оказание услуг) с применением контрольно-кассовых машин и ведущих Книгу кассира-операциониста, разрешается заполнение Книги учета по окончании рабочего дня.

Новая Книга учета открывается записями суммы остатков на начало налогового периода (начало деятельности индивидуального предпринимателя) по каждому виду товаров, основных средств, малоценных и быстроизнашивающихся предметов и нематериальных активов.

Новая Книга учета открывается записями суммы остатков в количественном и суммовом выражении на начало налогового периода (начало деятельности индивидуального предпринимателя) по каждому виду товаров (работ, услуг), амортизируемому имуществу.

Книга учета состоит из 6 разделов. На титульном листе Книги учета указывается номер, серия, том Книги учета по Журналу учета, заведенному в налоговом органе для регистрации книг. На листе "Сведения об индивидуальном предпринимателе" отражаются персональные данные об индивидуальном предпринимателе. На листе "Содержание" отражается информация о количестве используемых таблиц с указанием номеров страниц.

Раздел I "Учет доходов и расходов" состоит из семи таблиц, в частности:

- учет приобретенного и израсходованного сырья по видам товаров (работ, услуг) (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, облагаемым НДС, для отражения информации о количественно-стоимостных показателях приобретенного и израсходованного сырья (работ, услуг));

- учет приобретенного и израсходованного сырья по видам товаров (работ, услуг) (используется индивидуальным предпри-

нимателем, осуществляющим деятельность по операциям, не облагаемым НДС, для отражения информации о количественно-стоимостных показателях приобретенного и израсходованного сырья (работ, услуг));

— учет выработанных и израсходованных полуфабрикатов по видам товаров (работ, услуг) (используется индивидуальным предпринимателем для учета выработанных и израсходованных полуфабрикатов по видам товаров (работ, услуг) из приобретенного и израсходованного сырья, отраженного в таблицах № 1–1А, № 1–1Б. Индивидуальные предприниматели, осуществляющие два вида деятельности, в том числе по операциям, облагаемым и не облагаемым НДС, ведут учет отдельно в разрезе этих двух видов деятельности);

— учет приобретенного и израсходованного вспомогательного сырья и материалов по видам товаров (работ, услуг) (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, облагаемым НДС, для учета приобретенного и израсходованного вспомогательного сырья и материалов по видам товаров (работ, услуг), которые составляют основу готовой продукции (работ, услуг));

— учет приобретенного и израсходованного вспомогательного сырья и материалов по видам товаров (работ, услуг) (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, не облагаемым НДС, для учета приобретенного и израсходованного вспомогательного сырья и материалов по видам товаров (работ, услуг), которые составляют основу готовой продукции (работ, услуг));

— учет иных материальных расходов (в том числе топливо, электроэнергия, транспортные услуги и тому подобное) и их распределение по видам деятельности (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, облагаемым НДС, для учета иных материальных расходов);

— учет иных материальных расходов (в том числе топливо, электроэнергия, транспортные услуги и тому подобное) и их распределение по видам деятельности (используется индивиду-

альным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, не облагаемым НДС, для учета иных материальных расходов);

— количественно-суммовой учет израсходованных материальных ресурсов на выпущенную готовую продукцию по видам товаров (работ, услуг) (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, облагаемым НДС, для учета израсходованных материальных ресурсов на выпущенную готовую продукцию по видам товаров (работ, услуг));

— количественно-суммовой учет израсходованных материальных ресурсов на выпущенную готовую продукцию по видам товаров (работ, услуг) (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, не облагаемым НДС, для учета израсходованных материальных ресурсов на выпущенную готовую продукцию по видам товаров (работ, услуг));

— учет доходов и расходов по видам товаров (работ, услуг) в момент их совершения (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, облагаемым НДС, для учета доходов и расходов в момент их совершения);

— учет доходов и расходов по видам товаров (работ, услуг) в момент их совершения (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, не облагаемым НДС, для учета доходов и расходов в момент их совершения);

— учет доходов и расходов по видам товаров (работ, услуг) за месяц (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, облагаемым НДС, для сводного учета за месяц доходов и расходов);

— учет доходов и расходов по видам товаров (работ, услуг) за месяц (используется индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность по операциям, не облагаемым НДС, для сводного учета за месяц доходов и расходов).

Раздел II “Расчет амортизации основных средств” состоит из двух таблиц:

— расчет амортизации основных средств, непосредственно используемых для осуществления предпринимательской деятельности за налоговый период 200__ г. (используется индивидуальным предпринимателем для расчета амортизации основных средств, приобретенных и используемых после 1 января 2002 г.)

Данные по основным средствам записываются в разделе II Книги учета позиционным способом по каждому объекту отдельно. Заполнение этого раздела производится в момент начала использования приобретенных основных средств. Ежегодно при наличии движения основных средств подсчитываются суммы амортизации основных средств, включаемые в расходы налогового периода, и выводится остаток для списания в последующие налоговые периоды;

— расчет амортизации по основным средствам, приобретенным до 1 января 2002 г. и используемым для осуществления предпринимательской деятельности за налоговый период 200__ г. (используется индивидуальным предпринимателем для продолжения начисления амортизации по основным средствам, приобретенным до 1 января 2002 г. и используемым для осуществления предпринимательской деятельности).

Раздел III “Расчет амортизации по малоценным и быстроизнашивающимся предметам, не списанным по состоянию на 1 января 2002 г.” предназначен для продолжения начисления амортизации по малоценным и быстроизнашивающимся предметам. Стоимость используемых предметов погашается посредством начисления амортизации процентным способом, при котором начисление амортизации осуществлялось исходя из первоначальной стоимости предмета и ставки в размере 50% в начале его использования, а оставшиеся 50% начисляются при выбытии предмета из-за невозможности использования вследствие непригодности. Оставшиеся 50% стоимости малоценных и быстроизнашивающихся предметов при выбытии отражаются в гр. 5 табл. № 3 раздела III Книги учета.

Раздел IV “Расчет амортизации нематериальных активов” состоит из двух таблиц:

— расчет амортизации нематериальных активов, непосредственно используемых для осуществления предприниматель-

ской деятельности за налоговый период 200__ г. (используется индивидуальным предпринимателем для расчета амортизации нематериальных активов, приобретенных и используемых после 1 января 2002 г.);

— расчет амортизации по нематериальным активам, приобретенным до 1 января 2002 г. и используемым за налоговый период 200__ г. (используется индивидуальным предпринимателем для продолжения начисления амортизации нематериальных активов, приобретенных до 1 января 2002 г. и используемых для осуществления предпринимательской деятельности). Для целей налогообложения стоимость таких нематериальных активов продолжает погашаться путем начисления амортизации линейным способом в течение установленного срока их полезного использования.

Раздел V “Расчет начисленных (выплаченных) в виде оплаты труда доходов и удержанных с них налогов” предназначен для расчета начисленных работникам в виде оплаты труда доходов и удержанных с них налогов на доходы.

В графе “Начислено” отражаются начисленные суммы по оплате труда и выплате вознаграждений.

Приведенная форма ведется ежемесячно и предназначена для выдачи заработной платы (вознаграждений) физическим лицам, работающим у индивидуального предпринимателя.

Раздел VI “Определение налоговой базы” является обобщающим и состоит из трех таблиц:

— определение налоговой базы по налогу на доходы физических лиц за налоговый период 200__ г. (используется индивидуальным предпринимателем для отражения итогов, полученных от осуществления предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя на основании данных разделов Книги учета, которые затем используются им для заполнения декларации по налогу на доходы физических лиц);

— регистр прочих расходов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности за налоговый период 200__ г. (используется индивидуальным предпринимателем для расшифровки прочих расходов);

— регистр расходов, произведенных в отчетном налоговом периоде, но связанных с получением доходов в следующих налоговых периодах (используется индивидуальным предпринимателем для учета расходов будущих периодов для включения их в состав расходов того налогового периода, в котором будут получены доходы).

5.5. Применение индивидуальными предпринимателями упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности

Индивидуальные предприниматели в соответствии с гл. 26.2 “Упрощенная система налогообложения” НК РФ могут перейти на упрощенную систему налогообложения в следующем году, подав в период с 1 октября по 30 ноября текущего года заявление об этом, если по итогам девяти месяцев того года, в котором организация подает заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения, доходы, определяемые ст. 248 НК РФ, не превысили 15 млн руб. (ст. 346.12 НК РФ).

Согласно ст. 346.24 НК РФ налогоплательщики обязаны вести учет доходов и расходов для целей исчисления налоговой базы по налогу в Книге учета доходов и расходов организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, форма и порядок заполнения которой утверждаются Минфином РФ (прил. 1, 2 приказа Минфина РФ от 31 декабря 2008 г. № 154н).

Книга учета доходов и расходов открывается на один календарный год и должна быть прошнурована и пронумерована. На последней странице записывается число содержащихся в ней страниц, запись заверяется подписью руководителя организации (индивидуального предпринимателя) и скрепляется печатью организации, а также заверяется подписью должностного лица налогового органа и скрепляется печатью налогового органа до начала ее ведения.

Индивидуальные предприниматели, применяющие упрощенную систему налогообложения на основе патента, ведут

Книгу учета доходов индивидуальных предпринимателей (прил. 3 приказа Минфина РФ от 31 декабря 2008 г. № 154н). На первой странице Книги учета доходов и расходов налоговый орган фиксирует номер патента и даты начала и окончания его действия и др. данные.

Согласно п. 2.1 ст. 346.25.1 НК РФ при применении упрощенной системы налогообложения на основе патента индивидуальный предприниматель вправе привлекать наемных работников, в том числе по договорам гражданско-правового характера, среднесписочная численность которых, определяемая в порядке, устанавливаемом федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области статистики, не должна превышать за налоговый период пять человек.

Пунктами 8 и 10 ст. 346.25.1 НК РФ установлено, что индивидуальные предприниматели, перешедшие на упрощенную систему налогообложения на основе патента, производят оплату одной трети стоимости патента в срок не позднее 25 календарных дней после начала осуществления предпринимательской деятельности на основе патента. Оплата оставшейся части стоимости патента производится налогоплательщиком не позднее 25 календарных дней со дня окончания периода, на который был получен патент.

При оплате оставшейся части стоимости патента она подлежит уменьшению на сумму страховых взносов на обязательное пенсионное страхование.

При уменьшении стоимости патента учитываются страховые взносы, уплаченные индивидуальным предпринимателем в виде фиксированного платежа в соответствии со ст. 28 Федерального закона от 15 декабря 2001 г. № 167-ФЗ “Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации”, а также суммы страховых взносов, уплаченные им за наемных работников.

Упрощенная система налогообложения на основе патента, применяемая индивидуальными предпринимателями в соответствии со ст. 346.25.1 Кодекса, является разновидностью упрощенной системы налогообложения, применение которой регулируется гл. 26.2 Кодекса.

Контрольные вопросы

1. Кто такой индивидуальный предприниматель?
2. Порядок государственной регистрации индивидуального предпринимателя.
3. Постановка на учет в налоговом органе.
4. Порядок ведения Книги учета доходов и расходов хозяйственных операций.
5. Характеристика упрощенной системы налогообложения, учета, отчетности.

Глава 6. КАЧЕСТВО, СТАНДАРТИЗАЦИЯ, СЕРТИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

6.1. Качество и стандартизация продукции

Современная рыночная экономика предъявляет высокие требования к качеству выпускаемой продукции, так как выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяются уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, конкурентоспособность связана с двумя показателями — уровнем цены и уровнем качества продукции. Причем второй фактор постепенно выходит на первое место. Производительность труда, экономия всех видов ресурсов уступают место качеству продукции.

Качество — это авторитет фирмы, увеличение прибыли, процветание, поэтому работа по управлению качеством на фирме — альфа и омега для всего персонала, от руководителя до конкретного исполнителя.

Качество продукции — важнейший показатель деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы научно-технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. Рост качества продукции — характерная тенденция работы всех ведущих фирм мира. Этот процесс охватывает европейские, американские и азиатские предприятия. И качество выпускаемой продукции — основной фактор конкуренции между фирмами.

Понятие «качество продукции» регламентировано ГОСТ 15 467-79 «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения». *Качество — это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.*

Качество как фактор конкурентоспособности распространяется на всю национальную экономику. Оно способствует рациональному использованию ресурсов.

Последствия низкого уровня качества выпускаемой продукции таковы:

1. *Экономические:*

1) потеря материальных и трудовых ресурсов, израсходованных на изготовление, транспортировку и хранение продукции, вышедшей из строя раньше плановых сроков физического износа;

2) потери в производственной инфраструктуре;

3) дополнительные затраты на ремонт техники;

4) дополнительные затраты времени у населения на ремонт бытовой техники;

5) потери природных ресурсов в результате использования низкокачественных машин, используемых для добычи этих ресурсов;

6) недополученная валютная выручка из-за низкой доли экспорта готовой продукции;

7) дополнительная потеря валютных средств для импорта техники и товаров народного потребления;

8) дополнительные затраты материальных и трудовых ресурсов на осуществление многозвенной и многоступенчатой системы органов технического контроля качества.

2. *Социальные:*

1) дефицитность отечественной продукции;

2) падение престижа продукции, изготавливаемой на национальных предприятиях;

3) недостаточное удовлетворение потребностей производственно-технического и личного плана;

4) снижение темпов роста благосостояния населения;
5) нерациональная трата свободного времени населения на устранение дефектов изготовления товаров народного потребления;

6) ухудшение морального климата в коллективе;

7) уменьшение прибыли предприятия.

3. *Экологические:*

1) дополнительные затраты на очистку воздушного бассейна, водных источников, земельных ресурсов;

2) дополнительные затраты на меры по оздоровлению населения;

3) потеря продуктивности продукции сельского хозяйства из-за недостаточного качества воздуха, воды и почвы;

4) ускоренная амортизация и дополнительные затраты на ремонт гражданских зданий и транспорта из-за плохого качества воздушной среды.

С понятием качества тесно связано и понятие *технического уровня продукции* — относительной характеристики качества продукции, основанной на сопоставлении значений показателей, определяющих техническое совершенство оцениваемой продукции, с соответствующими значениями базовых показателей.

Качество продукции не ограничивается только одним свойством, это совокупность свойств. Свойства продукции количественно выражаются в показателях качества. Общепризнанная классификация на десять групп свойств и соответственно показателей.

Показатели назначения характеризуют полезный эффект от использования продукции по назначению и обуславливают область применения продукции. Для продукции производственно-технического назначения основным показателем может служить производительность, показывающая, какой объем новой продукции может быть выпущен с помощью оцениваемой продукции или какой объем производственных услуг может быть оказан за определенный промежуток времени.

Показатели надежности — безотказность, сохраняемость, ремонтпригодность, а также долговечность изделия. В зави-

симости от особенностей оцениваемой продукции для характеристики надежности могут использоваться как все четыре, так и часть из указанных показателей. Для некоторых изделий, связанных с безопасностью людей, безотказность может быть основным, а иногда и единственным показателем надежности. Чрезвычайно важна безотказность бытовых электроприборов, некоторых механизмов автомобилей (тормозная система, рулевое управление). Для воздушных судов безотказность — единственный и основной показатель качества. Для характеристики сохраняемости свойств изделия в течение хранения и транспортирования применяются такие показатели, как средний срок сохраняемости, гамма-процентный срок сохраняемости. Сохраняемость играет важную роль для пищевой продукции. Ремонтопригодность определяют такие показатели, как средняя стоимость технического обслуживания, вероятность выполнения ремонта в заданное время. Долговечность определяется величиной затрат на поддержание изделия в работоспособном состоянии.

Показатели технологичности характеризуют эффективность конструкторско-технологических решений для обеспечения высокой производительности труда при изготовлении и ремонте продукции. Именно с помощью технологичности достигаются массовость выпуска продукции, рациональное распределение затрат материалов, средств, труда и времени при технологической подготовке производства, изготовлении и эксплуатации продукции.

Показатели стандартизации и унификации — это насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями, а также уровень унификации по сравнению с другими изделиями. Все детали изделия делятся на стандартные, унифицированные и оригинальные. Чем меньше оригинальных изделий, тем лучше в ряде случаев как для изготовителя продукции, так и для потребителя: облегчаются ремонт, обслуживание, пользование.

Эргономические показатели отражают взаимодействие человека с изделием и комплекс гигиенических, антропометри-

ческих, физиологических и психологических свойств человека, проявляющихся при пользовании изделием. Это могут быть усилия, необходимые для управления трактором, расположение ручки у холодильника, кондиционер в кабине башенного крана или расположение руля у велосипеда, освещенность, температура, влажность, запыленность, шум, вибрация, излучение, концентрация угарного газа и водяных паров в продуктах сгорания и т. д.

Эстетические показатели характеризуют информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство исполнения и стабильность товарного вида изделия.

Показатели транспортабельности выражают приспособленность продукции для транспортирования.

Патентно-правовые показатели характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции и являются существенным фактором при определении конкурентоспособности. При определении патентно-правовых показателей следует учитывать наличие в изделии новых технических решений, а также решений, защищенных патентами в стране, наличие регистрации промышленного образца и товарного знака как в стране-производителе, так и в странах предполагаемого экспорта.

Экологические показатели — это уровень вредных воздействий на окружающую среду, которые возникают при эксплуатации или потреблении продукции, например, содержание вредных примесей, вероятность выбросов вредных частиц, газов, излучений при хранении, транспортировании и эксплуатации продукции.

Показатели безопасности характеризуют особенности продукции для безопасности покупателя и обслуживающего персонала, т. е. обеспечивают безопасность при монтаже, обслуживании, ремонте, хранении, транспортировании, потреблении продукции.

Совокупность перечисленных показателей формирует качество продукции. Изделие должно быть надежным, отвечать эстетическим требованиям, хорошо выполнять свои функции,

т. е. удовлетворять те потребности, для которых оно предназначено. Но помимо всех этих показателей важна и цена изделия. Именно с ценой связан вопрос экономически оптимального качества, или экономически рационального качества. Покупатель, приобретая изделие, всегда сопоставляет, оправдывает ли набор свойств изделия его цену. Помимо цены важны и эксплуатационные характеристики изделия, поскольку они влекут за собой затраты по эксплуатации и ремонту, а если изделие характеризуется длительным сроком службы, эти затраты вполне сопоставимы с ценой изделия, а по некоторым изделиям и существенно превосходят продажную цену изделия.

Под экономически оптимальным качеством понимается соотношение качества и затрат, или *цена единицы качества*, что можно выразить формулой

$$K_{\text{опт}} = Q/C\Sigma,$$

где $K_{\text{опт}}$ — экономически оптимальное качество;

Q — качество изделия;

$C\Sigma$ — затраты на приобретение и эксплуатацию изделия, руб.

Определить знаменатель формулы несложно, поскольку он включает продажную цену изделия, затраты по эксплуатации, ремонту и утилизации изделия. Сложнее определить числитель, т. е. качество, включающее самые разнообразные показатели. Этим занимается целая наука квалиметрия, которая разработала достаточно приемлемые методы по количественной оценке качества продукции.

Итак, качество продукции в условиях современного производства — важнейшая составляющая эффективности, рентабельности предприятия, и поэтому ему необходимо уделять постоянное внимание.

Управлению качеством продукции во всех странах уделяется достаточно много внимания. В последние годы сформировался новый подход, *новая стратегия в управлении качеством*. Она характеризуется рядом моментов:

□ обеспечение качества понимается не как техническая функция, реализуемая каким-то одним подразделением, а как

систематический процесс, пронизывающий всю организационную структуру фирмы;

□ новому понятию качества должна отвечать соответствующая организационная структура предприятия;

□ вопросы качества актуальны не только в рамках производственного цикла, но и в процессе разработок, конструирования, маркетинга и послепродажного обслуживания;

□ качество должно быть ориентировано на удовлетворение требований потребителя, а не изготовителя;

□ повышение качества продукции требует применения новой технологии производства, начиная с автоматизации проектирования и кончая автоматизированным измерением в процессе контроля качества;

□ всеобъемлющее повышение качества достигается только заинтересованным участием всех работников.

Все это осуществимо только тогда, когда действует четко организованная система управления качеством, направленная на интересы потребителей, затрагивающая все подразделения и приемлемая для всего персонала.

Важным элементом в системах управления качеством изделий является *стандартизация* — *нормотворческая деятельность, которая находит наиболее рациональные нормы, а затем закрепляет их в нормативных документах* — стандартах, инструкциях, методиках требований к разработке продукции.

Главная задача стандартизации — создание системы нормативно-технической документации, определяющей прогрессивные требования к продукции, изготавливаемой для нужд народного хозяйства, населения, обороны страны, экспорта, а также контроль за правильностью использования этой документации¹.

Действующая система стандартизации позволяет разрабатывать и поддерживать в актуальном состоянии:

□ единый технический язык;

¹ См.: Горфинкель В. Я. и др. Экономика предприятия. — М.: ЮНИТИ, 2003. — С. 350.

□ унифицированные ряды важнейших технических характеристик продукции (допуски и посадки, напряжения, частоты и др.);

□ типоразмерные ряды и типовые конструкции изделий общемашиностроительного применения (подшипники, крепеж, режущий инструмент и др.);

□ систему классификаторов технико-экономической информации;

□ достоверные справочные данные о свойствах материалов и веществ.

Система стандартизации Российской Федерации должна быть гармонизирована с международными, региональными и национальными системами и обеспечивать:

□ защиту интересов потребителей и государства в вопросах качества и номенклатуры продукции, услуг и процессов, их безопасность для жизни и здоровья людей, охрану окружающей среды;

□ повышение качества продукции в соответствии с развитием науки и техники, с потребностями населения и народного хозяйства;

□ совместимость и взаимозаменяемость продукции;

□ содействие экономии людских и материальных ресурсов, улучшение экономических показателей производства;

□ создание нормативно-технической базы социально-экономических программ и крупных проектов;

□ устранение технических барьеров в производстве и торговле, конкурентоспособность продукции на мировом рынке и эффективное участие в международном разделении труда;

□ безопасность народнохозяйственных объектов с учетом риска возникновения природных и техногенных катастроф и других чрезвычайных ситуаций;

□ содействие повышению обороноспособности и мобилизационной готовности.

Концепция системы стандартизации РФ содержит также определенные требования к формированию фонда стандартов:

□ стандарты должны быть социально и экономически необходимыми. При разработке стандартов должна выявиться

потребность заинтересованных сторон достичь определенных соглашений по номенклатуре и качеству продукции, процессов и услуг;

- стандарт должен соответствовать определенному кругу пользователей и выражаться в конкретных требованиях;

- стандарты не должны дублировать друг друга;

- стандартизация должна быть комплексной, т. е. в стандартах должны быть отражены взаимосогласованные требования:

- а) по всем стадиям жизненного цикла продукции от разработки до утилизации;

- б) по всем уровням разукрупнения — от материалов, веществ, технологий до конечной продукции;

- в) по всем аспектам обеспечения качества, включая установление в стандартах взаимосогласованных требований к продукции, методам контроля и испытаний, метрологическому обеспечению.

Фонд государственных стандартов должен строиться на основе целесообразного равновесия между двумя принципами:

- не стать тормозом в процессе освоения достижений науки и техники;

- обладать стабильностью требований в течение определенного периода, особенно это касается основополагающих и общетехнических стандартов.

Взаимосвязь внутри фонда стандартов должна подчиняться следующим правилам:

- большую свободу в выборе потребительских характеристик должны предоставлять стандарты на конечную продукцию;

- более жесткие требования к функциональным характеристикам, унификации, взаимозаменяемости, совместимости должны устанавливаться в стандартах на составные части, комплектующие элементы, материалы.

Стандартизация основана на ряде принципов:

- *повторяемость* — определяет круг объектов, к которым применимы вещи, процессы, отношения, обладающие одним общим свойством — повторяемостью либо во времени, либо в пространстве;

□ *вариантность* — создание рационального многообразия — обеспечивает минимум рациональных разновидностей стандартных элементов, входящих в стандартизируемый объект;

□ *системность* — определяет стандарт как элемент системы и приводит к созданию систем стандартов, связанных между собой внутренней сущностью конкретных объектов стандартизации;

□ *взаимозаменяемость* — применительно к технике предусматривает сборку или замену одинаковых деталей, изготовленных в разное время и в различных точках пространства.

В настоящее время сформировалась *Государственная система стандартизации Российской Федерации* (ГСС), которая регламентирует процессы построения, изложения и распространения стандартов в Российской Федерации. ГСС включает пять основополагающих стандартов:

□ ГОСТ Р 1.0-2004 Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения;

□ ГОСТ Р 1.2-2004 Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные Российской Федерации. Правила разработки, утверждения, обновления и обмена;

□ ГОСТ Р 1.4-2004 Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты организаций. Общие положения;

□ ГОСТ Р 1.5-2004 Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные Российской Федерации. Правила построения, изложения, оформления и содержания.

Государственные стандарты Российской Федерации включают:

□ обязательные требования к качеству продукции, работ и услуг, обеспечивающие безопасность для жизни, здоровья людей и имущества, охрану окружающей среды, обязательные требования техники безопасности и производственной санитарии;

□ обязательные требования по совместимости и взаимозаменяемости продукции;

□ обязательные требования к контролю качества продукции, работ и услуг, обеспечивающему их безопасность для жизни, здоровья людей и имущества, охрану окружающей среды, совместимость и взаимозаменяемость продукции;

□ параметрические ряды и типовое конструирование изделий;

□ основные потребительские и эксплуатационные свойства продукции, требования к упаковке, маркировке, транспортированию и хранению, а также утилизации продукции;

□ положения, обеспечивающие техническое единство при разработке, производстве, эксплуатации продукции и оказании услуг, правила обеспечения качества продукции, сохранность и рациональное использование всех видов ресурсов, термины, определения и обозначения, метрологические и другие общетехнические правила и нормы.

В Российской Федерации *нормативные документы по стандартизации* подразделяются на следующие категории:

□ государственные стандарты Российской Федерации (ГОСТ Р);

□ отраслевые стандарты (ОСТ);

□ технические условия (ТУ);

□ стандарты предприятий и объединений предприятий (союзов, ассоциаций, концернов, акционерных обществ, межотраслевых, региональных и других объединений) (СТП);

□ стандарты научно-технических обществ и инженерных союзов, ассоциаций и других общественных объединений (СТО).

В зависимости от объекта стандартизации, его специфики и содержания, разрабатываемых к нему требований стандарты подразделяются на следующие виды:

□ стандарты основополагающие;

□ стандарты на продукцию, услуги;

□ стандарты на процессы;

□ стандарты на методы контроля, испытаний, измерений, анализа.

6.2. Сертификация продукции

Сертификация продукции является одним из способов подтверждения соответствия продукции заданным требованиям.

По определению Федерального закона от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ “О техническом регулировании”, **сертификация** — форма подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров, осуществляемая органом по сертификации.

Система сертификации — совокупность правил выполнения работ по сертификации, ее участников и правил функционирования системы сертификации в целом.

В соответствии с Федеральным законом “О техническом регулировании” подтверждение соответствия на территории РФ может носить добровольный или обязательный характер.

Добровольное подтверждение соответствия осуществляется в форме добровольной сертификации, а обязательное подтверждение соответствия — обязательной сертификации.

В мировой и отечественной практике применяются различные методы подтверждения соответствия объектов заданным требованиям, которые выполняются разными сторонами — изготовителями, продавцами, заказчиками, а также независимыми от них органами и организациями. Последними, в частности, могут быть государственный надзор за соблюдением обязательных требований стандартов, деятельность органов технического и санитарного надзора за безопасностью, ведомственный контроль и приемка продукции для государственных нужд (государственный резерв, заказы на оборонную продукцию и т. д.).

За рубежом в настоящее время главным доказательством подтверждения соответствия является декларация о соответствии, предоставляемая изготовителем от своего имени и под свою ответственность. Подтверждение соответствия в рамках Европейского союза производится согласно Европейским директивам, основные требования которых обязательны для исполнения. Европейские директивы содержат общие требования по безопасности для определенной группы продукции, например, машин, строительной продукции, индивидуального защитного устройства, игрушек, медицинской продукции и др. Продукция может быть выпущена на европейский рынок только тогда, когда она отвечает требованиям всех касающихся ее директив.

Проверка соблюдения соответствия осуществляется посредством так называемых модулей, включающих в себя различный набор доказательств, в том числе и с привлечением третьей стороны. Результатом подтверждения соответствия является предоставление права поставщику проставлять на продукции европейский знак безопасности — СЕ.

Сертификация выделяется из процедур подтверждения соответствия тем, что выполняется третьей стороной, не зависимой от изготовителей (поставщиков) и потребителей, что гарантирует объективность ее результатов. Поэтому в условиях, когда конкуренция на рынке переместилась из ценовой сферы в сферу качества продукции, сертификация стала неременной частью эффективно функционирующей рыночной экономики.

Целями сертификации являются, в частности, содействие потребителям в компетентном выборе продукции; защита потребителя от недобросовестности изготовителя (продавца, потребителя); контроль безопасности продукции для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества; подтверждение показателей качества продукции, заявленных изготовителем. Сертификация может иметь обязательный или добровольный характер.

Законом “О защите прав потребителей” определено, что товар (работа, услуга), на который законами или стандартами установлены требования, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья потребителя, охрану окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, а также средства, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья потребителя, подлежат обязательному подтверждению в установленном порядке. Перечни товаров, подлежащих обязательной сертификации, утверждаются Правительством Российской Федерации. Не допускается продажа товаров (выполнение работы, оказание услуги), в том числе импортного товара, без информации о проведении обязательной сертификации и не маркированных в установленном порядке знаком соответствия. Закон возложил на Госстандарт России¹ организацию и про-

¹ В настоящее время Ростехрегулирование.

ведение работ по обязательной сертификации товаров (работ, услуг), подпадающих под действие этого закона.

Обязательная сертификация осуществляется органом по сертификации, аккредитованным в порядке, установленном правительством РФ.

Орган по сертификации:

- привлекает на договорной основе для проведения исследований (испытаний) и измерений испытательные лаборатории (центры), аккредитованные в порядке, установленном Правительством Российской Федерации (далее — аккредитованные испытательные лаборатории (центры));

- осуществляет контроль за объектами сертификации, если такой контроль предусмотрен соответствующей схемой обязательной сертификации и договором;

- ведет реестр выданных им сертификатов соответствия;

- информирует соответствующие органы государственного контроля (надзора) за соблюдением требований технических регламентов о продукции, поступившей на сертификацию, но не прошедшей ее;

- выдает сертификаты соответствия, приостанавливает или прекращает действие выданных им сертификатов соответствия и информирует об этом федеральный орган исполнительной власти, организующий формирование и ведение единого реестра сертификатов соответствия, и органы государственного контроля (надзора) за соблюдением требований технических регламентов;

- обеспечивает предоставление заявителям информации о порядке проведения обязательной сертификации;

- определяет стоимость работ по сертификации, выполняемых в соответствии с договором с заявителем;

- в порядке, установленном соответствующим техническим регламентом, принимает решение о продлении срока действия сертификата соответствия, в том числе по результатам проведенного контроля за сертифицированными объектами.

Обязанностями изготовителей (продавцов, исполнителей) являются реализация продукции только при наличии серти-

фика; обеспечение соответствия реализуемой продукции требованиям нормативных документов, на соответствие которым она была сертифицирована; извещение органа по сертификации об изменениях, внесенных в техническую документацию или в технологический процесс производства сертифицированной продукции.

6.3. Лицензирование отдельных видов деятельности, осуществляемых организациями и индивидуальными предпринимателями

Лицензирование отдельных видов деятельности является важным условием законной деятельности организаций (предприятий). Под лицензированием понимаются мероприятия, связанные с предоставлением лицензий, переоформлением документов, подтверждающих наличие лицензий, приостановлением и возобновлением действия лицензий, аннулированием лицензий и контролем лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий. Лицензией является специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю.

Лицензирование отдельных видов деятельности осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ “О лицензировании отдельных видов деятельности”. Но действие этого Федерального закона не распространяется на следующие виды деятельности: деятельность кредитных организаций; деятельность, связанная с защитой государственной тайны; деятельность в области производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции; деятельность в области связи; биржевая деятельность; деятельность в области таможенного дела; нотариальная деятельность; страхо-

вая деятельность; деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг; осуществление внешнеэкономических операций; приобретение оружия и патронов к нему; использование результатов интеллектуальной деятельности лицами, обладающими правилами на такое использование в силу федерального закона или договора; использование орбитально-частотных ресурсов и радиочастот для осуществления телевизионного вещания и радиовещания (в том числе ведения дополнительной информации); использование природных ресурсов, в том числе недр, лесов, объектов растительного и животного мира; деятельность, работы и услуги в области использования атомной энергии; образовательная деятельность; деятельность инвестиционного фонда; деятельность по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными фондами; деятельность специализированного депозитария инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных инвестиционных фондов; деятельность негосударственных пенсионных фондов по пенсионному обеспечению и пенсионному страхованию.

Правительство РФ в целях обеспечения единства экономического пространства на территории Российской Федерации утверждает положения о лицензировании конкретных видов деятельности; определяет федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие лицензирование конкретных видов деятельности; устанавливает виды деятельности, лицензирование которых осуществляется органами исполнительной власти субъектов Федерации.

Основными принципами лицензирования являются обеспечение единства экономического пространства на территории Российской Федерации; установление единого перечня лицензируемых видов деятельности; установление единого порядка лицензирования на территории Российской Федерации; установление лицензионных требований и условий положениями о лицензировании конкретных видов деятельности; гласность и открытость лицензирования; соблюдение законности при осуществлении лицензирования.

К лицензируемым видам деятельности относятся виды деятельности, осуществление которых может повлечь за собой нанесение ущерба правам, законным интересам, здоровью граждан, обороне и безопасности государства, культурному наследию народов Российской Федерации и регулирование которых не может осуществляться иными методами, кроме как лицензированием.

На каждый вид деятельности, указанный в Федеральном законе “О лицензировании отдельных видов деятельности” (п. 1 ст. 17), предоставляется в установленном порядке лицензия. Вид деятельности, на осуществление которого предоставлена лицензия, может выполняться только получившим лицензию юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Срок действия лицензии не может быть менее чем 5 лет. Срок действия лицензии по его окончании может быть продлен по заявлению лицензиата. Продление срока действия лицензии осуществляется в порядке переоформления документа, подтверждающего наличие лицензии. Положениями о лицензировании конкретных видов деятельности, утверждаемых Правительством РФ, может быть предусмотрено бессрочное действие лицензии.

Для получения лицензии соискатель лицензии — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель — представляет в соответствующий лицензирующий орган следующие документы (ст. 9 Закона “О лицензировании отдельных видов деятельности”):

□ заявление о предоставлении лицензии с указанием наименования и организационно-правовой формы юридического лица; фамилии, имени, отчества, места жительства, данных документа, удостоверяющего личность, — для индивидуального предпринимателя; лицензируемого вида деятельности, который юридическое лицо или индивидуальный предприниматель намерены осуществлять;

□ копии учредительных документов и копия свидетельства о государственной регистрации соискателя лицензии в качестве юридического лица (с предъявлением оригиналов в случае, если копии не заверены нотариусом) — для юридического лица;

□ копия свидетельства о государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя (с предъявлением оригинала в случае, если копия не заверена нотариусом) — для индивидуального предпринимателя;

□ копия свидетельства о постановке соискателя лицензии на учет в налоговом органе (с представлением оригинала в случае, если копия не заверена нотариусом);

□ документ, подтверждающий уплату лицензионного сбора за рассмотрение лицензирующим органом заявления о предоставлении лицензии;

□ сведения о квалификации работников соискателя лицензии.

Кроме перечисленных документов в положениях о лицензировании конкретных видов деятельности может быть предусмотрено представление и иных документов, наличие которых установлено соответствующими федеральными законами, а также иными нормативными правовыми актами, принятие которых предусмотрено соответствующими федеральными законами.

Лицензирующий орган принимает решение о предоставлении или отказе в предоставлении лицензии в срок, не превышающий 45 дней со дня поступления заявления о предоставлении лицензии со всеми необходимыми документами. Указанное решение оформляется соответствующим актом лицензирующего органа, который обязан в указанный срок уведомить соискателя лицензии о принятии решения о предоставлении или отказе в предоставлении лицензии. Уведомление о предоставлении лицензии направляется (вручается) соискателю лицензии в письменной форме. Уведомление об отказе в предоставлении лицензии направляется (вручается) соискателю лицензии в письменной форме с указанием причин отказа, в том числе реквизитов акта проверки возможности выполнения соискателем лицензии лицензионных требований и условий, если причиной отказа является невозможность выполнения соискателем лицензии указанных требований и условий.

Основаниями для отказа в предоставлении лицензии являются:

□ наличие в документах, представленных соискателем лицензии, недостоверной или искаженной информации;

□ несоответствие соискателя лицензии, принадлежащих ему или используемых им объектов лицензионным требованиям и условиям.

Соискатель лицензии имеет право обжаловать в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, отказ лицензионного органа в предоставлении лицензии или его бездействие. Так, неправомерный отказ в выдаче специального разрешения (лицензии) на осуществление определенной деятельности либо уклонение от его выдачи влекут в соответствии со ст. 169 УК РФ следующие наказания для должностных лиц: наложение штрафа в размере до 200 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 18 месяцев, либо лишение права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет со штрафом в размере до 80 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 6 месяцев, либо обязательными работами на срок от 120 до 180 часов.

В течение 3 дней после представления соискателем лицензии документа, подтверждающего уплату лицензионного сбора за предоставление лицензии, лицензионный орган бесплатно выдает лицензиату документ, подтверждающий наличие лицензии.

За рассмотрение лицензирующим органом заявления о предоставлении лицензии и за предоставление лицензии уплачивается государственная пошлина в размерах и порядке, которые установлены законодательством РФ. В случае утраты документа лицензиат имеет право на получение его дубликата, подтверждающего наличие лицензии, который предоставляется ему на основании заявления в письменной форме.

Лицензиат имеет право на получение заверенных лицензирующим органом копий документа, подтверждающего наличие лицензии. Дубликат или копия документа предоставляется за плату в размере 10 руб.

В документе, подтверждающем наличие лицензии, указываются следующие реквизиты:

- ☐ наименование лицензионного органа;
- ☐ наименование и организационно-правовая форма юридического лица, место его нахождения — для юридического лица;
- ☐ фамилия, имя, отчество, место жительства, данные документа, удостоверяющего личность, — для индивидуального предпринимателя;
- ☐ лицензируемый вид деятельности;
- ☐ срок действия лицензии;
- ☐ идентификационный номер налогоплательщика;
- ☐ номер лицензии;
- ☐ дата принятия решения о предоставлении лицензии.

В случае реорганизации юридического лица в форме преобразования, изменения его наименования или места его нахождения либо изменения имени или места жительства индивидуального предпринимателя, а также в случае изменения адресов мест осуществления юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем лицензируемого вида деятельности и в иных предусмотренных федеральным законом случаях лицензиат, его правопреемник либо иное предусмотренное федеральным законом лицо обязаны подать заявление о переоформлении документа, подтверждающего наличие лицензии. В заявлении указываются новые сведения о лицензиате, его правопреемнике либо об ином предусмотренном федеральным законом лице и данные документа, подтверждающего факт внесения соответствующих изменений в единый государственный реестр юридических лиц или единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей.

Заявление о переоформлении документа, подтверждающего наличие лицензии, подается лицензиатом в лицензирующий орган не позднее чем через пятнадцать дней со дня внесения соответствующих изменений в единый государственный реестр юридических лиц или единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей либо со дня изменения адресов

мест осуществления юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем лицензируемого вида деятельности, если федеральным законом не предусмотрено иное.

При переоформлении документа, подтверждающего наличие лицензии, лицензирующий орган вносит соответствующие изменения в реестр лицензий. Переоформление документа, подтверждающего наличие лицензии, осуществляется в течение десяти дней со дня получения лицензирующим органом соответствующего заявления. За переоформление документа, подтверждающего наличие лицензии, уплачивается государственная пошлина в размерах и порядке, которые установлены законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

В целях проверки полноты и достоверности сведений о соискателе лицензии, содержащихся в представленных соискателем лицензии заявлении и документах, возможности выполнения им лицензионных требований и условий, а также проверки сведений о лицензиате и соблюдения им лицензионных требований и условий при осуществлении лицензируемого вида деятельности проводится лицензионный контроль.

Приостановление действия лицензии осуществляется лицензирующим органом в случае привлечения лицензиата за нарушение лицензионных требований и условий к административной ответственности в порядке, установленном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

В случае вынесения судьей решения об административном приостановлении деятельности лицензиата за нарушение лицензионных требований и условий лицензирующий орган в течение суток со дня вступления данного решения в законную силу приостанавливает действие лицензии на срок административного приостановления деятельности лицензиата. Лицензиат обязан уведомить в письменной форме лицензирующий орган об устранении им нарушения лицензионных требований и условий, повлекшего за собой административное приостановление деятельности лицензиата. Действие лицензии возобновляется лицензирующим органом со дня, следующего за днем истечения срока административного приостановления деятельности лицен-

зиата, или со дня, следующего за днем досрочного прекращения исполнения административного наказания в виде административного приостановления деятельности лицензиата.

Срок действия лицензии на время приостановления ее действия не продлевается.

В случае, если в установленный судьей срок лицензиат не устранил нарушение лицензионных требований и условий, повлекшее за собой административное приостановление деятельности лицензиата, лицензирующий орган обязан обратиться в суд с заявлением об аннулировании лицензии.

Лицензия аннулируется решением суда на основании рассмотрения заявления лицензирующего органа.

Действие лицензии прекращается со дня внесения в единый государственный реестр юридических лиц или единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей записи о ликвидации юридического лица или прекращении его деятельности в результате реорганизации (за исключением реорганизации в форме преобразования или слияния при наличии на дату государственной регистрации правопреемника реорганизованных юридических лиц у каждого участвующего в слиянии юридического лица лицензии на один и тот же вид деятельности) либо прекращении физическим лицом деятельности в качестве индивидуального предпринимателя либо со дня окончания срока действия лицензии или принятия лицензирующим органом решения о досрочном прекращении действия лицензии на основании представленного в лицензирующий орган заявления в письменной форме лицензиата (правопреемника лицензиата — юридического лица) о прекращении им осуществления лицензируемого вида деятельности, а также со дня вступления в законную силу решения суда об аннулировании лицензии (ст. 11, 12, 13 Закона “О лицензировании отдельных видов деятельности”).

Федеральным законом “О лицензировании отдельных видов деятельности” установлен перечень видов деятельности, на осуществление которых требуются лицензии (п. 1 ст. 17). Юридические лица или индивидуальные предприниматели,

решившие осуществлять перечисленные виды деятельности, обязаны в установленном законом порядке получить соответствующие лицензии.

Контрольные вопросы

1. Понятия качества и стандартизации продукции.
2. Особенности сертификации продукции.
3. Порядок лицензирования отдельных видов деятельности.
4. Характеристика основных документов, необходимых для представления в лицензируемый орган предпринимателем.

Глава 7. ФИНАНСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ ОЗДОРОВЛЕНИЯ

7.1. Сущность и функции финансов

В обыденной жизни очень часто употребляется понятие “финансы” и при этом подразумевается, что речь идет о деньгах. Однако неправильно отождествлять понятие “финансы” просто с деньгами.

Понятие финансов включает в себя:

- денежные отношения между двумя субъектами: с одной стороны, государством и с другой — населением в лице отдельного человека или группы лиц, объединенных в какой-либо хозяйствующий субъект;

- деньги как материальную основу существования и функционирования финансов (где нет денег, нет финансов);

- разный правовой статус субъектов в процессе денежных отношений (государство обладает особыми полномочиями);

- формирование общегосударственного фонда денежных средств — бюджета;

- создание государством соответствующего фискального аппарата по принудительному взиманию налогов, сборов и иных платежей в государственный бюджет.

Таким образом, когда речь идет о финансах, всегда имеются в виду товарно-денежные отношения, осуществляемые при участии государства.

Финансы — это совокупность денежных отношений, организованных государством, в процессе которых осуществляется формирование и использование общегосударственных фондов

денежных средств для осуществления экономических, социальных и политических задач.

Основные предпосылки возникновения финансов:

1. В результате развития демократических процессов в ряде стран Европы была значительно урезана (ограничена) власть государств (обычно монархов), что выразилось главным образом в отторжении последних от казны государства. Возник впервые общегосударственный фонд денежных средств — бюджет, использовать который глава государства по своему усмотрению уже не мог.

2. Формирование и использование бюджета стало носить системный характер. Получила законодательное закрепление система государственных доходов и расходов.

3. Произошла замена натуральных податей и различных трудовых повинностей населения государства на налоги в денежной форме как основного источника в формировании доходной части государственного бюджета.

Сущность финансов проявляется в их функциях. Под функциями финансов необходимо понимать “работу”, выполняемую финансами. Многие экономисты, анализируя многообразие функций финансов, выделяют три основные функции: обеспечение национального хозяйства денежными средствами, использование и контроль денежных фондов, распределение денежных средств на разных уровнях. Центральное место отводится функциям распределения и контроля.

Распределительная функция финансов состоит в распределении совокупного общественного продукта не только в натурально-вещественной форме, но и по стоимости.

Контрольная функция финансов возникает на основе распределительной функции (в этом проявляется тесная связь контрольной и распределительной функций), становясь ее продолжением и развитием, и проявляется прежде всего в контроле над движением денежных средств.

Финансовый контроль осуществляется по всей системе финансовых отношений, по всем уровням реального денежного оборота. Объект контрольной функции финансов — финансовые

показатели деятельности субъектов хозяйственных отношений (предприятия, организации, учреждения).

В зависимости от субъектов, осуществляющих финансовый контроль, различают:

- общегосударственный (вневедомственный) финансовый контроль (проводят органы государственной власти и управления);
- внутрихозяйственный финансовый контроль (проводят финансовые службы предприятий и учреждений);
- общественный финансовый контроль (выполняют отдельные физические лица на добровольных началах);
- независимый финансовый контроль (проводят аудиторские фирмы и службы).

В условиях переходного периода национальной экономики финансово-кредитный механизм должен способствовать созданию антизатратного производства. В целом финансовая система Российской Федерации представляет собой совокупность различных сфер финансовых отношений и состоит из общегосударственных финансов и финансов хозяйствующих субъектов (рис. 7.1).



Рис. 7.1. Финансовая система РФ

Основой единой финансовой системы РФ являются финансы предприятий, поскольку они непосредственно участвуют в процессе материального производства. Источником централизованных государственных фондов денежных средств является национальный доход, создаваемый в основном в сфере материального производства.

7.2. Формирование финансов предприятия

Основой рыночных отношений являются деньги, которые связывают интересы продавца и покупателя товаров и услуг. Все предприятия, функционирующие на рынке товаров и услуг, одновременно выступают в роли продавца и покупателя.

Деньги предприятию нужны для реализации многих функций: регулярного приобретения производственных запасов, оплаты труда работников предприятия, расчетов с государством и другими предприятиями, создания различных денежных фондов. Предприятие в условиях рынка вступает прежде всего в финансовые отношения, что предполагает зарабатывание денежных средств и их использование на различные цели, в том числе на создание собственных денежных фондов.

Существует много определений финансов предприятия, но всех их объединяет одно общее: вступление предприятий в финансовые отношения; формирование и использование различных денежных фондов.

Механизм формирования финансов предприятия показан на рис. 7.2.

Финансовые отношения с другими предприятиями и организациями включают в себя отношения с поставщиками, потребителями (покупателями), строительно-монтажными, транспортными и другими специализированными организациями, почтой, телеграфом, внешнеторговыми и другими организациями, таможней, предприятиями и фирмами иностранных государств.

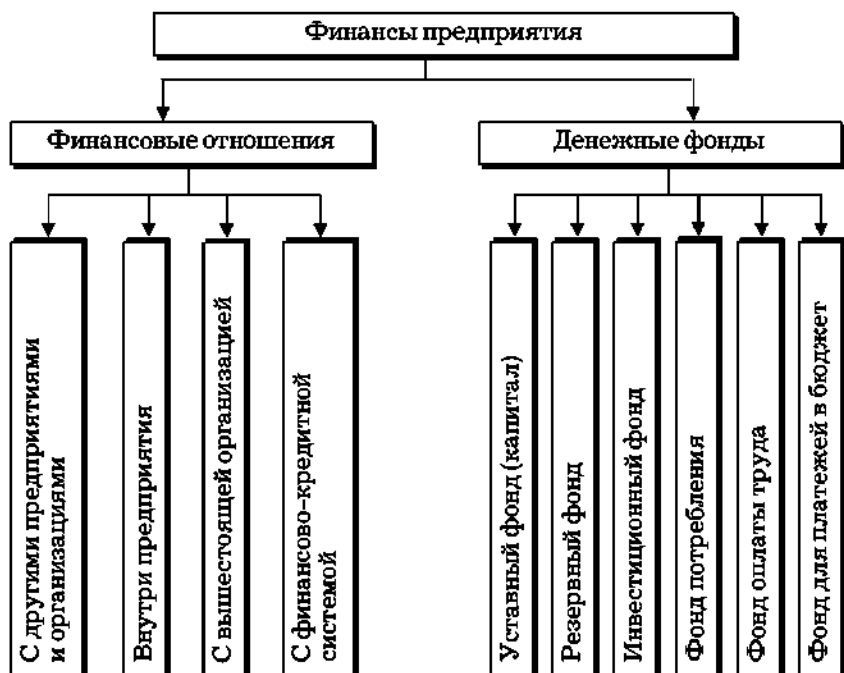


Рис. 7.2. Механизм формирования финансов предприятия

Самая большая по объему денежных платежей группа — это отношения между предприятиями, связанные с обслуживанием платежей за материально-технические ресурсы для осуществления производственной деятельности (сфера производства) и с реализацией готовой продукции (сфера обращения). Роль этой группы финансовых отношений наиболее существенна и приоритетна для любого предприятия, так как сфера материального производства в основном ответственна за создание национального дохода государства. От эффективности организации отношений между предприятиями во многом зависят конечные результаты их деятельности.

Финансовые отношения внутри предприятия включают в себя отношения между его структурными подразделениями: филиалами, цехами, участками, отделами, бригадами, а также

отношения с работниками. Отношения между подразделениями предприятия обусловлены обеспечением общего организационного и технологического единства на основе распределения средств, обслуживающих внутрипроизводственный оборот на предприятии по оплате работ и услуг, распределение прибыли, оборотных средств и др. Отношения с работниками предприятия заключаются в выплате заработной платы, премий, дивидендов по акциям, материальной помощи, а также удержании с них налогов и платежей.

Финансовые отношения предприятий с вышестоящими организациями включают отношения по поводу образования и использования централизованных фондов. Как правило, такие отношения возникают у государственных и муниципальных предприятий и у предприятий с частным капиталом, которые входят в состав различных объединений, а также предприятий с акционерной формой собственности, объединенных в крупные предприятия посредством системы участия.

Централизация финансовых ресурсов позволяет финансировать крупные инвестиционные проекты, пополнять оборотные средства предприятий, проводить научно-исследовательские работы, в том числе и маркетинговые исследования.

Использование централизованных средств предприятиями ведется, как правило, на возвратной основе.

В последнее время получил развитие процесс по созданию финансово-промышленных групп (ФПГ). Одной из главных целей по созданию ФПГ является консолидация финансовых ресурсов, образование различных централизованных фондов для решения крупных и долговременных проектов, а также финансовая поддержка участников ФПГ.

Отношения с финансово-кредитной системой. Эта группа отношений отличается большим многообразием, и в первую очередь необходимо выделить отношения предприятия с бюджетами различных уровней и внебюджетными фондами, связанные с перечислением налогов и отчислений.

Отношения со страховыми организациями заключаются в перечислении средств на социальное и медицинское страхование, а также в страховании имущества предприятия.

Финансовые отношения предприятий с банками — это в первую очередь отношения по организации безналичных расчетов и обслуживанию долгосрочных и краткосрочных кредитов. Организация безналичных расчетов связана с осуществлением предприятием повседневной текущей работы. Кредиты являются одними из главных источников пополнения оборотных средств, расширения производства, устранения временных финансовых затруднений предприятия.

Отношения предприятия с фондовым рынком получили развитие с появлением различных ценных бумаг. Однако в связи с тем, что рыночные отношения между предприятиями находятся на начальных этапах развития и еще не сформирована развитая рыночная среда, фондовый рынок России еще не оказывает достаточно ощутимого влияния на экономическую жизнь предприятий.

Одной из важнейших сторон финансовой деятельности предприятий является формирование и использование различных денежных фондов (см. рис. 7.2).

Уставный фонд (уставный капитал) является одним из основных фондов предприятия, который формируется на стадии организации и регистрации предприятия как юридического лица. За счет средств этого фонда формируются основные фонды и оборотные средства предприятия. Уставный капитал — основной источник собственных средств предприятия. Для акционерного общества величина уставного капитала соответствует сумме выпущенных им акций, а для государственного и муниципального предприятия — величине уставного фонда. Величина уставного капитала отражена в учредительных документах, однако по результатам работы за год предприятие может увеличить или уменьшить уставный капитал, что сопровождается внесением соответствующих изменений в учредительные документы.

Резервный капитал — это денежный фонд предприятия, образуемый за счет отчислений из прибыли. Главное предназначение этого денежного фонда — покрытие убытков, а в акционерных обществах — погашение облигаций общества и выкуп его акций.

Инвестиционный фонд решает важнейшие задачи по развитию предприятия и представлен, в свою очередь, несколькими фондами.

Фонд накопления — средства, отчисляемые из чистой прибыли предприятия и направляемые на развитие производства.

Амортизационный фонд — средства, формируемые за счет амортизационных отчислений на полное восстановление основных фондов. Естественно, не каждое предприятие имеет возможность сформировать инвестиционный фонд в необходимых объемах для осуществления инвестиционных программ за счет собственных средств. В этом случае привлекаются дополнительные источники средств, например, заемные.

Фонд потребления — это средства, направляемые из чистой прибыли предприятия на выплату дивидендов (в акционерных обществах), единовременных поощрений, материальной помощи, оплату дополнительных отпусков работников предприятий, питания, проезда на транспорте и другие цели.

Вышеперечисленные денежные фонды относятся к постоянным денежным фондам. Наряду с постоянными фондами на предприятии формируют оперативные денежные фонды: фонд оплаты труда, фонд для платежей в бюджет.

Фонд оплаты труда — это средства, предназначенные для выплаты заработной платы работникам предприятия. Этот фонд формируется на предприятии один или два раза в месяц и в его основе лежит фонд заработной платы. Каждое предприятие определяет для себя оптимальные сроки выплаты заработной платы. При недостатке средств к моменту выплаты заработной платы предприятие вынуждено брать кредит в банке для своевременной выплаты заработной платы работникам.

Фонд для платежей в бюджет — это средства, предназначенные для осуществления своевременных платежей в бюджет. Своевременность выплат из этого фонда является важным условием, так как задержки выплат предприятием в бюджет влекут за собой штрафные санкции.

Предприятие может формировать при необходимости валютный фонд и другие денежные фонды.

7.3. Прибыль предприятия

Под прибылью в рыночной экономике понимают вознаграждение за использование специфического фактора производства — предпринимательства. Предпринимательство является специфическим фактором, так как в отличие от капитала и земли — неосязуемо и не выступает в материально-вещественной форме. Поэтому с этих позиций довольно трудно определить количественно полученную предприятием прибыль.

Прибыль обычно определяют как разность между выручкой и полными издержками. Выручка определяется наиболее просто как произведение количества реализованной продукции на цену единицы товара. При определении полных издержек на предприятии всегда возникает вопрос о том, что следует учитывать в составе полных издержек.

С позиции бухгалтера в издержки предприятия необходимо включать все денежные расходы, которые предприятие несет на приобретение машин и оборудования, сырья и материалов, на выплату заработной платы работникам, т. е. на приобретение основных ресурсов и на осуществление производственного процесса по выпуску товаров и услуг. Все эти издержки являются по отношению к предприятию внешними и поэтому их обычно называют *внешними издержками*. Внешние издержки, или бухгалтерские издержки, включают в себя только явные денежные затраты. Прибыль, полученная как разность между валовой выручкой и бухгалтерскими издержками, есть *бухгалтерская прибыль*. Однако из экономической теории известно, что в экономические издержки, а это более широкий спектр издержек, чем бухгалтерские издержки, должны включаться все затраты по использованию всех факторов производства независимо от того, покупаются ли они на рынке или являются собственностью предприятия.

Используя собственные ресурсы, в том числе и собственные предпринимательские способности, предприятие как владелец этих факторов не несет явных денежных затрат. Затраты предприятия по использованию собственных ресурсов обычно назы-

вают *внутренними издержками*. Эта группа издержек может быть представлена в виде денежных платежей при их альтернативном использовании вне предприятия. Потеря предприятием этих платежей может быть приравнена к затратам.

Доход предпринимателя складывается из двух частей: оплата труда предпринимателя за организацию и ведение дела; оплата за использование капитала предпринимателя как собственнику капитала (такая оплата может быть выражена в виде годовой процентной ставки за использование капитала). Доход предпринимателя с точки зрения бухгалтера — это прибыль, но с точки зрения экономиста — это элементы издержек. Таким образом, экономическая прибыль возникает в том случае, если общая выручка превышает все издержки — внешние и внутренние, включая в последние и нормальную прибыль на капитал в размере процента.

В формировании прибыли отражаются все стороны производственно-хозяйственной деятельности предприятия: уровень использования основных и оборотных средств (капитала), технологии, организации производства и труда. Абсолютная величина прибыли показывает результаты снижения себестоимости и рост объема реализованной продукции.

Реализация продукции является основным источником дохода предприятия и одним из важных показателей, планируемых на предприятии. Денежные средства, поступающие на расчетный счет предприятия за реализованную продукцию, называются *выручкой от реализации*. Из выручки от реализации продукции предприятия возмещаются производственные затраты на израсходованные материальные ценности, формируется амортизационный фонд. Оставшаяся часть — это чистая продукция, или иногда ее называют *валовой доход*.

Из валового дохода исключается заработная плата с учетом отчислений в социальные фонды, а также налог на добавленную стоимость и акцизы. В результате формируется прибыль от реализации продукции, которая является основной формой накопления капитала на производственном предприятии.

Реализацию продукции предприятие осуществляет по оптовым ценам и часть полученной прибыли вносит в государ-

ственный бюджет в виде налога на добавленную стоимость и налога по акцизам.

Налог на добавленную стоимость определяется как произведение стоимости материальных затрат на величину установленной ставки. Налог на акцизы определяется как произведение стоимости валовой продукции на ставку налога.

Помимо прибыли от реализации результаты деятельности предприятия оцениваются по балансовой (общей) и чистой прибыли.

Балансовая прибыль включает дополнительно к прибыли от реализации прибыль подсобных и обслуживающих производств, не связанных непосредственно с основной деятельностью предприятия, прибыль от долевого участия в совместных предприятиях сдачи имущества в аренду, различные дивиденды, а также убытки от прочих хозяйственных операций (например, пени, штрафы, неустойки и др., уплаченные или полученные в связи с нарушением хозяйственных договоров). В балансовой прибыли учитывают льготы по налогу на прибыль.

В балансе предприятия выделяются валовая и чистая прибыль. *Валовая прибыль* — это разница доходов и расходов предприятия до уплаты налогов. *Чистая прибыль* — остаток после уплаты из валовой прибыли установленных законом налогов (налог на прибыль, налог на добавленную стоимость и акцизы, налог на имущество, проценты за кредиты банка). Чистая прибыль предприятия используется на собственные нужды.

7.4. Финансовый план предприятия

В рамках текущего планирования на предприятии разрабатывается финансовый план, в котором в стоимостном выражении отражаются все стороны работы предприятия. Основные задачи, решаемые в финансовом плане, таковы:

- обеспечение предприятия финансовыми ресурсами по осуществлению производственно-хозяйственной деятельности;
- использование резервов в мобилизации ресурсов с целью увеличения прибыли и повышения рентабельности производства;

□ определение финансовых взаимоотношений с госбюджетом, кредитными учреждениями, вышестоящими организациями.

Финансовый план составляется в форме баланса доходов и расходов, в котором сопоставляются доходы предприятия и его расходы на основную деятельность, по капитальным вложениям, на увеличение собственных оборотных средств, на содержание жилищно-коммунального хозяйства и на другие нужды предприятия. В финансовом плане также устанавливается направление использования излишков доходов по сравнению с расходами и определяются источники покрытия плановых расходов (при недостатке доходов).

Баланс доходов и расходов состоит из четырех основных подразделов:

- доходы и поступления;
- расходы и отчисления;
- кредитные взаимоотношения;
- взаимоотношения предприятия с бюджетом.

Доходы и поступления предприятия в основном складываются:

□ из чистого дохода в виде прибыли от реализации основной продукции и услуг и прочей продукции;

□ из поступления средств из внутренних источников предприятия (амортизация, выручка от реализации выбывшего имущества, отчисления от себестоимости продукции на НИР и другие цели, прирост устойчивых пассивов);

□ из поступления средств из внешних источников (кредиты банка, средства вышестоящих организаций в порядке перераспределения прибыли, поступления от родителей на содержание детей в детских садах и другие поступления).

Расходы и отчисления предприятия складываются из собственных затрат предприятия и платежей в госбюджет и предусматривают следующие статьи:

□ капитальные вложения с выделением затрат на техническое перевооружение и реконструкцию действующего предприятия (общая сумма капитальных вложений включает в себя

собственные средства предприятия, кредиты банков, средства вышестоящих организаций и др.);

- ☐ затраты на капитальный ремонт;
- ☐ прирост нормативов собственных оборотных средств;
- ☐ отчисления в фонды экономического стимулирования, резервные и иные фонды;
- ☐ операционные расходы;
- ☐ расходы по хозяйственному содержанию зданий, сооружений, детских садов, лагерей и т. п.;
- ☐ прочие расходы и отчисления.

Прирост собственных оборотных средств осуществляется за счет прибыли предприятия; кредитов банка; прироста устойчивых пассивов; временно свободных средств фондов экономического стимулирования. К устойчивым пассивам обычно относят минимальную задолженность по заработной плате и начислению в социальные внебюджетные фонды; резервы на покрытие предстоящих расходов; кредиторскую задолженность по оплате продукции и др.

Кредитные взаимоотношения включают получение долгосрочных ссуд банка на капитальные вложения; погашение долгосрочных ссуд и уплату процентов по краткосрочным и долгосрочным ссудам.

Взаимоотношения предприятия с бюджетом предполагают своевременную уплату всех налогов, платежей и отчислений в размерах, установленных законодательством.

С переходом предприятий на работу в рыночных условиях традиционное финансовое планирование (составление финансового плана) осуществляется в рамках разработки бизнес-плана предприятия.

Финансовые разделы бизнес-плана включают разработку следующих типовых документов:

- ☐ прогноз финансовых результатов;
- ☐ потребность в дополнительных инвестициях и формирование источников финансирования;
- ☐ модель дисконтированных денежных потоков;
- ☐ точку безубыточности (порог рентабельности).

Прогноз финансовых результатов является одним из наиболее трудных и ответственных разделов и составляется по определенной форме с разбивкой по кварталам. Достоверность прогноза опирается на сведения о перспективах роста основных производственных показателей, важнейшим из которых является выручка от реализации. Выручка от реализации зависит от прогнозируемого объема продаж продукции в натуральном выражении и от цены единицы продукции.

Прогнозирование объемов продаж, затрат на производство и реализацию продукции, результатов от прочей реализации, доходов и расходов от внереализационных операций, а также платежей в бюджет из прибыли должно учитывать возможности предприятия по изысканию дополнительных резервов роста производства и реализации продукции.

Потребность предприятия в дополнительных инвестициях определяется исходя из реальных возможностей предприятия и прогнозируемого роста производства и объема продаж. При этом мобилизуются внутренние резервы и определяются внешние источники финансирования инвестиций.

Модель дисконтированных денежных потоков формируется на основе прогноза результатов финансово-хозяйственной деятельности. Общий финансовый результат рассчитывается как сумма дисконтированных денежных потоков каждого года реализации плана и текущей дисконтируемой остаточной стоимости за пределами планируемого года (подробнее о методе дисконтирования см. в гл. 8).

Необходимость составления модели дисконтированных денежных потоков и включения ее в бизнес-план определяется тем, что многие из затрат, показываемых в прогнозе финансовых результатов, не отражаются на порядке платежей. Например, материалы могут быть оплачены задолго до того, как эти затраты попадут в прогноз прибылей и убытков. Отдельные платежи производятся поквартально или ежегодно. Поэтому данные для тех месяцев, в которых они производятся, могут быть значительно больше, чем в остальных.

Основная задача прогноза путем составления модели денежных потоков — проверка синхронности поступления и расходования денежных средств.

Определение точки безубыточности (порога рентабельности) может осуществляться аналитическим и графическим способом. Для этого необходимо разделить все прогнозируемые затраты на постоянные (не зависящие от изменения объема производства продукции) и переменные (величина переменных расходов изменяется с ростом или сокращением объема производства). Точка безубыточности соответствует такому объему производства, когда полученная выручка от реализации продукции идет полностью на покрытие общих издержек, связанных с производством и реализацией данного объема продукции (нулевая прибыль от реализации).

7.5. Основные направления финансового оздоровления предприятия

По результатам анализа финансового состояния предприятия составляется бизнес-план финансового оздоровления. Он должен включать описание наиболее полного набора факторов финансового оздоровления и обоснование наиболее эффективного его варианта. Меры финансового оздоровления должны предусматривать:

1. Анализ материальных активов с целью выявления возможностей их дальнейшего использования. По каждому элементу основных фондов, незавершенному капитальному строительству, материалам и иным запасам необходимо принять одно из следующих решений:

- ☐ оставить в производстве в неизменном виде;
- ☐ отремонтировать, модернизировать для собственного использования;
- ☐ сдать в аренду;
- ☐ продать;
- ☐ обменять;
- ☐ утилизировать.

В процессе оздоровления предприятия необходимо учитывать и наличие непроизводственных основных фондов. Эти

фонды отягощают расходы предприятия, но могут послужить зародышем новых видов деятельности.

2. Анализ нематериальных активов может стать базой формирования новой номенклатуры и (или) источником ресурсов при их реализации.

3. Анализ видов выпускаемой продукции с целью принятия решения об увеличении производства, сохранении объемов, модернизации, свертывании производства.

4. Анализ финансовых активов (долгосрочных и краткосрочных) должен дать ответ на вопрос: что более выгодно с точки зрения доходов предприятия — сохранение или продажа? Дочерние фирмы предприятия-банкрота могут стать основой возрождения материнской фирмы за счет своих ресурсов.

5. Анализ товаропроводящей сети. Посреднические структуры могут служить источником полезной информации и дополнительного финансирования для предприятия-банкрота.

6. Реорганизация предприятия — изменение производственной структуры и структуры управления предприятием — может стать главным условием финансовой стабильности.

7. Анализ дебиторов и кредиторов, источников целевого финансирования. Постоянные поставщики и покупатели, банки и различные федеральные ведомства входят в технологическую цепочку и стремятся к стабильности производственной системы в целом, могут оказать консультационную и финансовую помощь.

8. Квалификация кадров, прежде всего менеджеров высшего и среднего уровня, требует повышения. Это связано прежде всего с отсутствием переподготовки экономистов и финансистов, с уходом многих квалифицированных специалистов в торговлю, банки, сферу управления и иные структуры. К разработке путей выхода из кризиса следует привлечь как можно больше специалистов.

9. Формирование разумной маркетинговой политики, которая должна включать ассортиментную политику, обновление номенклатуры, ассортимента, оптимальную ценовую политику, политику продвижения товара и стимулирования сбыта.

10. Система управления предприятием, система учета и контроля, внутренние хозяйственные отношения, методы и формы

принятия управленческих решений. В ряду первоочередных мер принято централизовать управленческие функции на предприятии, установить жесткую систему контроля затрат.

11. Наиболее результативным способом финансового оздоровления, применяемым в совокупности с обозначенными выше, служит реализация антикризисных инвестиционных проектов и программ. Формирование портфеля инвестиционных проектов основывается на следующих принципах:

- ☐ инвестиционные проекты направлены на развитие производства товаров, обоснованных маркетинговых стратегий;
- ☐ условия предоставления инвестиционных ресурсов соответствуют платежеспособности санируемого предприятия;
- ☐ риск инвестиционных проектов относительно низок;
- ☐ финансовая состоятельность и экономическая эффективность инвестиционных проектов подтверждены тщательной проработкой бизнес-планов;
- ☐ денежные потоки по инвестиционным проектам согласованы с результатами других антикризисных мер.

При выборе проектов наряду с оценкой окупаемости в расчет принимается ряд условий, обеспечивающих надежность реализации бизнес-плана, его социальную правомерность, экологическую чистоту и вероятные приоритеты предприятия, его инвесторов, региональных и федеральных органов власти.

Контрольные вопросы

1. Понятие финансов и предпосылки их возникновения.
2. Механизм формирования и управления финансами на предприятии.
3. Дайте характеристику финансовой системы России.
4. Характеристика прибыли как главного показателя деятельности предприятия.
5. Порядок составления финансового плана предприятия.
6. Причины возникновения неплатежеспособности предприятий.
7. Основные меры по финансовому оздоровлению предприятия.

Глава 8. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК

8.1. Понятие риска

Законодательно установлено, что предпринимательская деятельность является рискованной, т. е. действия участников предпринимательства в условиях сложившихся рыночных отношений, конкуренции, функционирования всей системы экономических законов не могут быть с полной определенностью рассчитаны и осуществлены. Многие решения приходится принимать в условиях неопределенности, когда необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать.

Риск присущ любой сфере человеческой деятельности, это связано со множеством условий и факторов, влияющих на положительный исход принимаемых людьми решений. Исторический опыт показывает, что риск недополучения намеченных результатов особенно стал проявляться при всеобщности товарно-денежных отношений, конкуренции участников хозяйственного оборота.

Опыт развития всех стран показывает, что игнорирование или недооценка хозяйственного риска при разработке тактики и стратегии экономической политики, принятии конкретных решений неизбежно сдерживает развитие общества, научно-технического прогресса, обрекает экономическую систему на застой. Возникновение интереса к проявлению риска в хозяйственной деятельности связано с проведением в России экономической реформы.

Рыночная хозяйственная среда вносит в предпринимательскую деятельность дополнительные элементы неопределенности, расширяет зоны рискованных ситуаций. В этих условиях

возникают неясность и неуверенность в получении ожидаемого конечного результата, следовательно, возрастает и степень предпринимательского риска.

Экономические преобразования, происходящие в России, характеризуются ростом числа предпринимательских структур, созданием ряда новых рыночных инструментов. В связи с процессами демонополизации и приватизации государство правомерно отказалось от роли единоличного носителя риска, переложив всю ответственность на предпринимательские структуры. Однако большое число предпринимателей открывают свое дело при самых неблагоприятных условиях. Нарастающий кризис экономики России является одной из причин усиления предпринимательского риска, что приводит к увеличению числа убыточных предприятий.

Значительный рост числа убыточных предприятий позволяет сделать вывод о том, что не учитывать фактор риска в предпринимательской деятельности нельзя, без этого сложно получить адекватные реальным условиям результаты деятельности. Создать эффективный механизм функционирования предприятия на основе концепции безрискового хозяйствования невозможно.

В экономической литературе часто не делается различий между понятиями “риск” и “неопределенность”, хотя их следует разграничивать. В действительности первое характеризует такую ситуацию, когда наступление неизвестных событий весьма вероятно и может быть оценено количественно, а второе — когда вероятность наступления таких событий оценить заранее невозможно. В реальной ситуации решение, принимаемое предпринимателем, почти всегда сопряжено с риском, который обусловлен наличием ряда непредвиденных факторов неопределенности.

Следует заметить, что предприниматель вправе частично переложить риск на других субъектов экономики, но полностью избежать его он не может. Справедливо считается: кто не рискует, тот не выигрывает. Иными словами, для получения экономической прибыли предприниматель должен осознанно пойти на принятие рискованного решения.

Можно с уверенностью сказать: неопределенность и риск в предпринимательской деятельности играют очень важную

роль, заключая в себе противоречие между планируемым и действительным. Предпринимательский риск имеет объективную основу из-за неопределенности внешней среды по отношению к фирме. Внешняя среда включает в себя объективные экономические, социальные и политические условия, в рамках которых фирма осуществляет свою деятельность и к динамике которых она вынуждена приспосабливаться. Неопределенность ситуации предопределяется тем, что она зависит от множества переменных, контрагентов и лиц, поведение которых не всегда можно предсказать с приемлемой точностью. Сказывается также и отсутствие четкости в определении целей, критериев и показателей их оценки (сдвиги в общественных потребностях и потребительском спросе, появление технических и технологических новшеств, изменение конъюнктуры рынка, непредсказуемые природные явления).

Предпринимательство всегда сопряжено с неопределенностью экономической конъюнктуры, которая вытекает из непостоянства спроса-предложения на товары, деньги, факторы производства; многовариантности сфер приложения капиталов и разнообразия критериев предпочтительности инвестирования средств; ограниченности знаний об областях бизнеса и коммерции и многих других обстоятельств.

Риск — это *вероятность возникновения потерь, убытков, недопоступлений планируемых доходов, прибыли, имеющих место в предпринимательской деятельности.*

Риск — это *возможность возникновения неблагоприятных ситуаций* в ходе реализации планов.

Экономическое поведение предпринимателя при рыночных отношениях основано на выбираемой на свой риск реализуемой индивидуальной программе предпринимательской деятельности в рамках возможностей, которые вытекают из законодательных актов. Каждый участник рыночных отношений изначально лишен заранее известных, однозначно заданных параметров, гарантий успеха; обеспеченной доли участия в рынке, доступа к производственным ресурсам по фиксированным ценам, устойчивости покупательной способности денежных единиц, неизменности норм и нормативов и других инструментов экономического управления.

Наличие предпринимательского риска — это, по сути дела, обратная сторона экономической свободы, своеобразная плата за нее. Свободе одного предпринимателя сопутствует одновременно и свобода других предпринимателей, следовательно, по мере развития рыночных отношений в нашей стране будут возрастать неопределенность и предпринимательский риск.

Устранить неопределенность будущего в предпринимательской деятельности невозможно, так как она является элементом объективной действительности. Риск присущ предпринимательству и является неотъемлемой частью его экономической жизни. До сих пор мы обращали внимание только на объективную сторону предпринимательского риска. Действительно, риск связан с реальными процессами в экономике. Объективность риска связана с наличием факторов, существование которых, в конечном счете, не зависит от действия предпринимателей.

Восприятие риска зависит от каждого конкретного человека с его характером, складом ума, психологическими особенностями, уровнем знаний в области его деятельности. Для одного предпринимателя определенная степень риска является приемлемой, тогда как для другого — неприемлемой.

В настоящее время можно выделить две формы предпринимательства. В первую очередь это коммерческие организации, основанные на старых хозяйственных связях. В ситуации неопределенности такие предприниматели стараются избегать риска, пытаясь приспособливаться к изменяющимся условиям хозяйствования.

Вторая форма — это вновь созданные предпринимательские структуры, характеризующиеся развитыми горизонтальными связями, широкой специализацией. Такие предприниматели готовы рисковать, в рискованной ситуации они маневрируют ресурсами, способны очень быстро находить новых партнеров.

8.2. Классификация предпринимательских рисков

Сложность классификации предпринимательских рисков заключается в их многообразии. С риском предприниматель-

ские фирмы сталкиваются всегда при решении как текущих, так и долгосрочных задач. Существуют определенные виды рисков, действию которых подвержены все без исключения предпринимательские организации, но наряду с общими есть специфические виды риска, характерные для определенных видов деятельности: так, банковские риски отличаются от рисков в страховой деятельности, а последние, в свою очередь, от рисков в производственном предпринимательстве.

Видовое разнообразие рисков очень велико — от пожаров и стихийных бедствий до межнациональных конфликтов, изменений в законодательстве, регулирующем предпринимательскую деятельность, и инфляционных колебаний.

Кроме того, экономическое и политическое развитие современного мира порождает новые виды риска, которые довольно трудно определить, оценить количественно. Транснационализация бизнеса сопровождается созданием сложных финансовых и производственных взаимосвязей. Возникает “эффект домино”, когда крах одной компании влечет за собой ряд банкротств компаний, связанных с компанией-банкротом. Усиление компьютеризации и автоматизации производственно-хозяйственной деятельности предпринимательских организаций приводит к возможности потерь в результате сбоя компьютерной системы, сбоя вычислительной техники. Особое значение в последние годы приобрели риски, связанные с политическими факторами, так как они несут с собой крупные потери для предпринимательства.

С риском предприниматель сталкивается на разных этапах своей деятельности; естественно, причин возникновения конкретной рискованной ситуации может быть очень много. Обычно под причиной возникновения подразумевается какое-то условие, вызывающее неопределенность исхода ситуации. Для риска такими источниками являются: непосредственно хозяйственная деятельность, деятельность самого предпринимателя, недостаток информации о состоянии внешней среды, оказывающей влияние на результат предпринимательской деятельности. Исходя из этого, следует различать:

- риск, связанный с хозяйственной деятельностью;

- риск, связанный с личностью предпринимателя;
- риск, связанный с недостатком информации о состоянии внешней среды.

В связи с тем, что вероятность возникновения последнего риска обратно пропорциональна тому, насколько предпринимательская фирма информирована о состоянии внешней среды по отношению к своей фирме, он наиболее важен в современных условиях хозяйствования. Недостаточность информации о партнерах (покупателях или поставщиках), особенно их деловом имидже и финансовом состоянии, грозит предпринимателю возникновением риска. Недостаток информации о налогообложении в России или в стране зарубежного партнера — это источник потерь в результате взыскания штрафных санкций с предпринимательской фирмы со стороны государственных органов. Недостаток информации о конкурентах также может стать источником потерь для предпринимателя.

Риск, связанный с личностью предпринимателя, определяется тем, что все предприниматели обладают различными знаниями в области предпринимательства, различными навыками и опытом ведения предпринимательской деятельности, различными требованиями к уровню рискованности отдельных сделок (рис. 8.1).

По сфере возникновения предпринимательские риски можно подразделить на внешние и внутренние. Источником возникновения внешних рисков является внешняя среда по отношению к предпринимательской фирме. Предприниматель не может оказывать на них влияние, он может только предвидеть и учитывать их в своей деятельности.

Таким образом, к внешним относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предпринимателя. Речь идет о непредвиденных изменениях законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность; неустойчивости политического режима в стране деятельности и других ситуациях, а соответственно и о потерях предпринимателей, возникающих в результате начавшейся войны, национализации, забастовок, введения эмбарго.

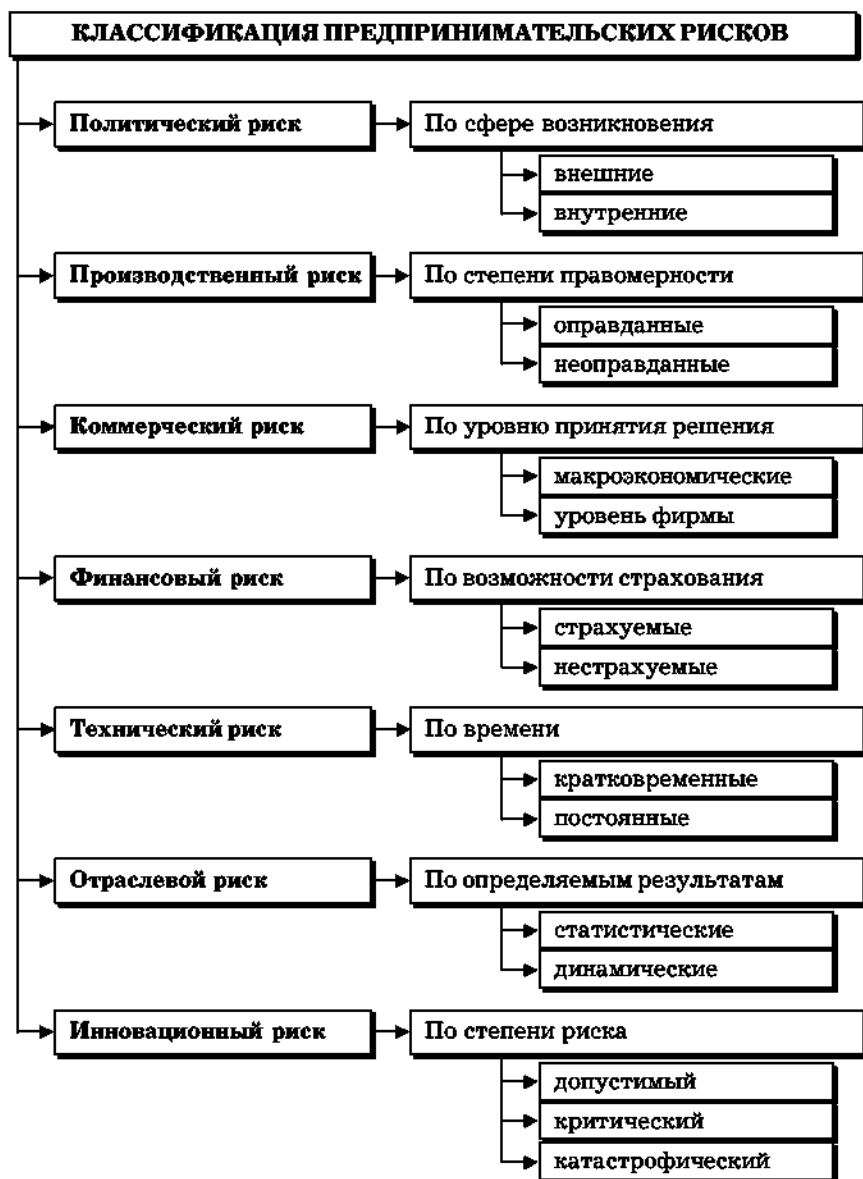


Рис. 8.1. Классификация предпринимательских рисков

Источником внутренних рисков является сама предпринимательская фирма. Эти риски возникают в случае неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, а также в результате внутрифирменных злоупотреблений.

Основными среди внутренних рисков являются кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем и чертами характера сотрудников предпринимательской фирмы.

В современных условиях хозяйствования выделяют два типа предпринимательского риска по уровню принятия решений: макроэкономический (глобальный) риск и риск на уровне отдельных фирм (локальный). До середины 80-х гг. XX в. в России основная доля риска приходилась на глобальный уровень — уровень государства.

С появлением самостоятельности хозяйствующих субъектов ситуация изменилась: теперь основную часть риска несут предпринимательские организации. Самостоятельно определяя свои капиталовложения и направления инновационной деятельности, самостоятельно заключая договоры с потребителями и поставщиками, они полностью принимают на себя связанный с этими решениями предпринимательский риск.

С точки зрения длительности во времени предпринимательские риски можно подразделить на кратковременные и постоянные. К группе кратковременных относятся те риски, которые угрожают предпринимателю в течение конечного, известного отрезка времени, например транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки груза, или риск неплатежа по конкретной сделке.

К постоянным рискам относятся те, которые непрерывно угрожают предпринимательской деятельности в определенном географическом районе или в определенной отрасли экономики, например, риск неплатежа в стране с несовершенной правовой системой или риск разрушений зданий в районе с повышенной сейсмической опасностью.

Поскольку основная задача предпринимателя — рисковать расчетливо, не переходя ту грань, за которой возможно банкротство фирмы, следует выделить по степени риска допустимый,

критический и катастрофический риски. *Допустимый риск* — это угроза полной потери прибыли от реализации того или иного проекта или от предпринимательской деятельности в целом. В таком случае потери возможны, но их размер меньше ожидаемой предпринимательской прибыли; таким образом, этот вид предпринимательской деятельности или конкретная сделка, несмотря на вероятность риска, сохраняют свою экономическую целесообразность.

Следующая степень риска, более опасная в сравнении с допустимым, — это *критический риск*. Этот риск связан с опасностью потерь в размере произведенных затрат на осуществление этого вида предпринимательской деятельности или отдельной сделки. При этом критический риск первой степени связан с угрозой получения нулевого дохода, но при возмещении произведенных предпринимателем материальных затрат. Критический риск второй степени связан с возможностью потерь в размере полных издержек в результате осуществления этой предпринимательской деятельности, т. е. вероятны потери намеченной выручки, и предпринимателю приходится возмещать затраты за свой счет.

Под *катастрофическим* понимается *риск*, который характеризуется опасностью, угрозой потерь в размере, равном или превышающем все имущественное состояние предпринимателя. Катастрофический риск, как правило, приводит к банкротству предпринимательской фирмы, так как в этом случае возможна потеря не только всех вложенных предпринимателем в определенный вид деятельности или в конкретную сделку средств, но и его имущества. Это характерно для ситуации, когда предпринимательская фирма получала внешние займы под ожидаемую прибыль; при возникновении катастрофического риска предпринимателю приходится возвращать кредиты из личных средств.

По степени правомерности предпринимательского риска могут быть выделены: оправданный (правомерный) и неоправданный (неправомерный) риски. Возможно, это наиболее важный для предпринимательского риска элемент классификации, имеющий наибольшее практическое значение. Для разграни-

чения оправданного и неоправданного предпринимательского риска необходимо учесть в первую очередь то обстоятельство, что граница между ними в разных видах предпринимательской деятельности, в разных секторах экономики различна. Так, в области научно-технического прогресса допустимая вероятность получения отрицательного результата на стадии фундаментальных исследований составляет 5–10%, прикладных научных разработок — 80–90%, проектно-конструкторских разработок — 90–95%. Очевидно, что эта область деятельности характеризуется высоким уровнем риска, вместе с тем существуют отдельные отрасли, например атомная энергетика, где возможность риска вообще не допускается.

Все предпринимательские риски можно также подразделить на две большие группы в соответствии с возможностью страхования: страхуемые и нестрахуемые. Предприниматель может частично переложить риск на другие субъекты экономики, в частности обезопасить себя, осуществив определенные затраты в виде страховых взносов. Таким образом, некоторые виды риска, такие, как риск гибели имущества, риск возникновения пожара, аварий и др., предприниматель может застраховать.

Риск страховой — вероятное событие или совокупность событий, на случай наступления которых проводится страхование. В зависимости от источника опасности страховые риски подразделяются на две группы:

- риски, связанные с проявлением стихийных сил природы (погодные условия, землетрясения, наводнения и др.);

- риски, связанные с целенаправленными действиями человека.

К рискам, которые целесообразно страховать, относятся:

- вероятные потери в результате пожаров и других стихийных бедствий;

- вероятные потери в результате автомобильных аварий;

- вероятные потери в результате порчи или уничтожения продукции при транспортировке;

- вероятные потери в результате ошибок сотрудников фирмы;

□ вероятные потери в результате передачи сотрудниками фирмы коммерческой информации конкурентам;

□ вероятные потери в результате невыполнения обязательств субподрядчиками;

□ вероятные потери в результате приостановки деловой активности фирмы;

□ вероятные потери в результате возможной смерти или заболевания руководителя или ведущего сотрудника фирмы;

□ вероятные потери в результате возможного заболевания, смерти или несчастного случая с сотрудником фирмы.

Однако существует еще одна группа рисков, которые не берутся страховать страховые компании, но при этом именно взятие на себя нестрахуемого риска является потенциальным источником прибыли предпринимателя. Но если потери в результате страхового риска покрываются за счет выплат страховых компаний, то потери в результате нестрахуемого риска возмещаются из собственных средств предпринимательской фирмы. Основными внутренними источниками покрытия риска являются: собственный капитал фирмы, а также специально созданные резервные фонды. Кроме внутренних есть еще и внешние источники покрытия вероятных потерь: например, за дочерние банки отвечает материнский банк.

Следует выделить еще две большие группы рисков по ожидаемым результатам: статистические (простые) и динамические (спекулятивные). Особенность статистических рисков заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для предпринимательской деятельности. При этом потери для предпринимательской фирмы, как правило, означают и потери для общества в целом.

В соответствии с причиной потерь статистические риски могут далее подразделяться на следующие группы:

□ вероятные потери в результате негативного действия на активы фирмы стихийных бедствий (огня, воды, землетрясений, ураганов и т. п.);

□ вероятные потери в результате преступных действий;

□ вероятные потери вследствие принятия неблагоприятного законодательства для предпринимательской фирмы (потери

связаны с прямым изъятием собственности либо с невозможностью взыскать возмещение с виновника из-за несовершенства законодательства);

- вероятные потери в результате угрозы собственности третьих лиц, что приводит к вынужденному прекращению деятельности основного поставщика или потребителя;

- потери вследствие смерти или недееспособности ключевых работников фирмы либо основного собственника предпринимательской фирмы (что связано с трудностью подбора квалифицированных кадров, а также с проблемами передачи прав собственности).

В отличие от статистического риска динамический риск несет в себе либо потери, либо прибыль для предпринимательской фирмы. Поэтому их можно назвать “спекулятивными”. Кроме того, динамические риски, ведущие к убыткам для отдельной фирмы, могут одновременно принести выигрыш для общества в целом. Поэтому динамические риски являются трудными для управления. Далее анализируется сущность следующих рисков:

- политический риск;
- производственный риск;
- коммерческий риск;
- финансовый риск;
- технический риск;
- отраслевой риск;
- инновационный риск.

8.3. Политический риск

Политический риск — это возможность возникновения убытков или сокращения размеров прибыли, являющихся следствием государственной политики. Таким образом, политический риск связан с возможными изменениями в курсе правительства, переменами в приоритетных направлениях его деятельности. Учет такого вида риска особенно важен в странах с неустоявшимся законодательством, отсутствием традиций и культуры предпринимательства.

Политический риск с неизбежностью присущ предпринимательской деятельности, от него нельзя уйти, можно лишь верно оценить и учесть.

Следует отметить, что попытки учитывать политический риск, вызываемый действиями отдельных государственных деятелей или правительств, предпринимались еще в XIX в. Так, известный банкир Ротшильд так организовал систему информации о политических событиях, что получал сообщения о них на несколько дней раньше, чем правительство.

Понятие “политический риск” появилось в лексиконе американских корпораций в 1959 г. после прихода к власти на Кубе Ф. Кастро. Одна из первых работ по этой проблеме — книга Ф. Рута “Бизнес США за рубежом и политический риск”, где был проанализирован политический риск, которому подвергается деятельность американских компаний в других странах.

О важности учета влияния политического риска на результаты деятельности предпринимательской фирмы говорит то, что для анализа и оценки политического риска создана мировая сеть специализированных аналитических центров как коммерческого, так и некоммерческого характера. В развитых странах насчитывается свыше 500 подобных центров, основная часть которых находится в США. Наиболее известными некоммерческими центрами, изучающими политический риск в основном в теоретическом плане, являются Центр стратегических и международных исследований в Джорджтаунском университете, исследовательский центр международных изменений при Колумбийском университете (Нью-Йорк).

Политические риски можно подразделить на четыре группы:

- риск национализации и экспроприации без адекватной компенсации;
- риск трансферта, связанный с возможными ограничениями на конвертирование местной валюты;
- риск разрыва контракта из-за действий властей страны, в которой находится компания-контрагент;
- риск военных действий и гражданских беспорядков.

Риск национализации на практике толкуется предпринимателями очень широко — от экспроприации до принудительного выкупа властями имущества компании или просто ограничения доступа инвесторов к управлению активами. При определении риска национализации сложность состоит в том, что в любой стране власти никогда не рекламируют возможность экспроприации или национализации. Как следствие, ни в одном документе юридически точно не определяется, чем, например, отличается национализация от конфискации.

Риск трансферта связан с переводами местной валюты в иностранную. Примером может служить ситуация, когда предприятие работает рентабельно, получая прибыль в национальной валюте, но не в состоянии перевести ее в валюту инвестора, чтобы рассчитаться за кредит. Причин может быть множество — например, принудительно длинная очередь на конвертацию.

Риск разрыва контракта предусматривает ситуации, когда не помогают ни предусмотренные в договоре штрафные санкции, ни арбитраж: контракт разрывается по не зависящим от партнера причинам, например, в связи с изменением национального законодательства.

Последний из группы политических рисков — это риск военных действий и гражданских беспорядков, в результате которых предпринимательские фирмы могут понести большие потери и даже обанкротиться.

Политический риск условно можно также подразделить на страновой, региональный, международный. Под страновым политическим риском следует понимать нестабильность внутриполитической обстановки страны, оказывающей влияние на результаты деятельности предпринимательских фирм, в связи с чем возрастает риск ухудшения финансового состояния фирм, вплоть до их банкротства. Особенно это сказывается на предприятиях различных форм малого бизнеса, поскольку напряженность политической ситуации в стране приводит к нарушению хозяйственных связей, что наиболее ощутимо отражается на деятельности небольших предприятий, ставит их на грань банкротства вследствие необеспеченности сырьем, материалами, оборудованием.

Под региональным политическим риском следует понимать нестабильность политической обстановки в определенном регионе, которая влияет на результаты деятельности предпринимательских фирм; в частности, это может быть вероятность потерь из-за военных действий в этом регионе, а также вмешательства в предпринимательскую деятельность региональных органов управления.

Учет международного политического риска важен для предпринимательской деятельности как для фирм, имеющих выход на международный рынок, так и для фирм, имеющих зарубежных партнеров.

Поскольку на политические риски предприниматель не может оказывать непосредственного влияния, так как их возникновение не зависит от результатов его деятельности, политический риск следует относить к группе внешних рисков.

8.4. Технический риск

Эффективная предпринимательская деятельность, как правило, сопряжена с освоением новой техники и технологии, поиском резервов, повышением интенсивности производства. Однако внедрение новой техники и технологии ведет к опасности техногенных катастроф, причиняющих значительный ущерб природе, людям, производству. В этом случае речь идет о техническом риске.

Технический риск определяется степенью организации производства, проведением превентивных мероприятий (регулярной профилактики оборудования, мер безопасности), возможностью проведения ремонта оборудования собственными силами предпринимательской фирмы.

К техническим рискам относятся:

- вероятность потерь вследствие отрицательных результатов научно-исследовательских работ;
- вероятность потерь в результате недостижения запланированных технических параметров в ходе конструкторских и технологических разработок;

□ вероятность потерь в результате низких технологических возможностей производства, что не позволяет освоить результаты новых разработок;

□ вероятность потерь в результате возникновения при использовании новых технологий и продуктов побочных или отсроченных во времени проявления проблем;

□ вероятность потерь в результате сбоев и поломки оборудования и т. д.

Следует отметить, что технический риск относится к группе внутренних рисков, поскольку предприниматель может оказывать на эти риски непосредственное влияние и возникновение их, как правило, зависит от деятельности самого предпринимателя.

8.5. Производственный риск

Производственный риск связан с производством продукции, товаров и услуг; с осуществлением любых видов производственной деятельности, в процессе которой предприниматели сталкиваются с проблемами неадекватного использования сырья; роста себестоимости; увеличения потерь рабочего времени; использования новых методов производства. К основным причинам производственного риска относятся:

□ снижение намеченных объемов производства и реализации продукции вследствие снижения производительности труда, простоя оборудования, потерь рабочего времени, отсутствия необходимого количества исходных материалов, повышенного процента брака производимой продукции;

□ снижение цен, по которым планировалось реализовывать продукцию или услугу, в связи с ее недостаточным качеством, неблагоприятным изменением рыночной конъюнктуры, падением спроса;

□ увеличение расхода материальных затрат в результате перерасхода материалов, сырья, топлива, энергии, а также за счет увеличения транспортных расходов, торговых издержек, накладных и других побочных расходов;

□ рост фонда оплаты труда за счет превышения намеченной численности либо за счет выплат более высокого, чем запланировано, уровня заработной платы отдельным сотрудникам;

□ увеличение налоговых платежей и других отчислений в результате изменения ставки налогов в неблагоприятную для предпринимательской фирмы сторону и их отчислений в процессе деятельности;

□ низкая дисциплина поставок, перебои с топливом и электроэнергией;

□ физический и моральный износ оборудования отечественных предприятий.

8.6. Коммерческий риск

Коммерческий риск — это риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или купленных предпринимателем. Основные причины коммерческого риска:

□ снижение объемов реализации в результате падения спроса или потребности на товар, реализуемый предпринимательской фирмой, вытеснение его конкурирующими товарами, введение ограничений на продажу;

□ повышение закупочной цены товара в процессе осуществления предпринимательского проекта;

□ непредвиденное снижение объемов закупок в сравнении с намеченными, что уменьшает масштаб всей операции и увеличивает расходы на единицу объема реализуемого товара (за счет условно постоянных расходов);

□ потери товара;

□ потери качества товара в процессе обращения (транспортировки, хранения), что приводит к снижению его цены;

□ повышение издержек обращения в сравнении с намеченными в результате выплаты штрафов, непредвиденных пошлин и отчислений, что приводит к снижению прибыли предпринимательской фирмы.

Коммерческий риск включает в себя:

□ риск, связанный с реализацией товара (услуг) на рынке;

- риск, связанный с транспортировкой товара (транспортный);
- риск, связанный с приемкой товара (услуг) покупателем;
- риск, связанный с платежеспособностью покупателя;
- риск форс-мажорных обстоятельств.

Отдельно следует выделить транспортный риск, его классификация впервые была приведена Международной торговой палатой в Париже (1919) и унифицирована в 1936 г. В настоящее время различные транспортные риски классифицируются по степени и по ответственности в четырех группах: E, F, C, D. Группа E включает одну ситуацию — когда поставщик (продавец) держит товар на своих собственных складах (ExWorks). Риск принимает на себя поставщик до момента принятия товара покупателем. Риск транспортировки от помещения продавца до конечного пункта уже принимается покупателем.

Группа F содержит три конкретные ситуации передачи ответственности и соответственно рисков:

- FCA означает, что риск и ответственность продавца переносятся на покупателя в момент передачи товара в условленном месте;

- FAS означает, что ответственность и риск за товар переходят от поставщика к покупателю в определенном договором порту;

- FOB означает, что продавец снимает с себя ответственность после выгрузки товара с борта судна.

Группа C включает ситуации, когда экспортер, продавец заключают с покупателем договор на транспортировку, но не принимают на себя никакого риска. Это следующие конкретные ситуации:

- CFR означает, что продавец оплачивает стоимость транспортировки до порта прибытия, но риск и ответственность за сохранность товара и дополнительные затраты берет на себя покупатель;

- CIF означает, что кроме обязанностей, как в случае CFR, продавец обеспечивает и оплачивает страховку рисков во время транспортировки;

□ CPT означает, что продавец и покупатель делят между собой риски и ответственность. В определенный момент (обычно какой-то промежуточный пункт транспортировки) риски полностью переходят от продавца к покупателю;

□ CIP означает, что риски переходят от продавца к покупателю в определенном промежуточном пункте транспортировки, но, кроме этого, продавец обеспечивает и платит стоимость страховки товара.

Последняя группа терминов D означает, что все транспортные риски ложатся на продавца. К этой группе относятся следующие конкретные ситуации:

□ DAF означает, что продавец принимает на себя риски до определенной государственной границы. Далее риски принимает на себя покупатель;

□ DES означает, что передача рисков продавцом покупателю происходит на борту судна;

□ DEQ означает, что передача рисков происходит в момент прибытия товара в порт загрузки;

□ DDU означает, что продавец принимает на себя транспортные риски до определенного договором места (чаще всего это склад) на территории покупателя;

□ DDP означает, что продавец ответствен за транспортные риски до определенного места на территории покупателя, но покупатель оплачивает их.

Следует отметить тот факт, что в отечественной экономической литературе часто коммерческий риск отождествляется с предпринимательским риском, однако коммерческий риск — это один из видов риска предпринимательского.

8.7. Финансовый риск

Под финансовым понимается риск, возникающий при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых сделок, исходя из того, что в финансовом предпринимательстве в роли товара выступают либо валюта, либо ценные бумаги, либо денежные средства.

К финансовому риску относятся:

- ☐ валютный риск;
- ☐ кредитный риск;
- ☐ инвестиционный риск.

Поскольку в последнее время для отечественных предпринимателей все большую актуальность приобретает учет валютного риска, рассмотрим этот вид экономического риска более подробно.

Валютный риск — это вероятность финансовых потерь в результате изменения курса валют, которое может произойти в период между заключением контракта и фактическим производством расчетов по нему. Валютный курс, устанавливаемый с учетом покупательной способности валют, весьма подвижен.

Среди основных факторов, влияющих на курс валют, нужно выделить состояние платежного баланса, уровень инфляции, межотраслевую миграцию краткосрочных капиталов. В целом на движение валютных курсов оказывает воздействие соотношение спроса и предложения каждой валюты. Помимо экономических на валютный курс влияют политические факторы.

В свою очередь, валютный курс оказывает серьезное воздействие на внешнеэкономическую деятельность страны, являясь одной из предпосылок эквивалентности международного обмена. Тот или иной его уровень в значительной мере влияет на экспортную конкурентоспособность страны на мировых рынках. Заниженный валютный курс позволяет получить дополнительные выгоды при экспорте и способствует притоку иностранного капитала, одновременно дестимулируя импорт. Противоположная экономическая ситуация возникает при завышенном курсе валюты (снижается эффективность экспорта и растет эффективность импорта).

Значительные непредвиденные колебания, отрыв валютного курса от соотношений покупательной способности усиливают напряженность в валютно-финансовой сфере, нарушают нормальный международный обмен.

Валютный риск включает в себя три разновидности:

- ☐ экономический риск;

- риск перевода;
- риск сделок.

Экономический риск для предпринимательской фирмы состоит в том, что стоимость ее активов и пассивов может меняться в большую или меньшую сторону (в национальной валюте) из-за будущих изменений валютного курса. Это также относится к инвесторам, зарубежные инвестиции которых — акции или долговые обязательства — приносят доход в иностранной валюте.

Риск перевода имеет бухгалтерскую природу и связан с различиями в учете активов и пассивов фирмы в иностранной валюте. В том случае, если происходит падение курса иностранной валюты, в которой выражены активы фирмы, стоимость этих активов уменьшается.

Следует иметь в виду, что риск перевода представляет собой бухгалтерский эффект, но мало или совсем не отражает экономический риск сделки. Более важным с экономической точки зрения является риск сделки, при котором учитывается влияние изменения валютного курса на будущий поток платежей, а следовательно, на будущую прибыльность предпринимательской фирмы в целом.

Риск сделок — это вероятность наличных валютных убытков по конкретным операциям в иностранной валюте. Риск сделок возникает из-за неопределенности стоимости в национальной валюте инвалютной сделки в будущем. Этот вид риска сопровождает как заключение торговых контрактов, так и получение или предоставление кредитов и состоит в возможности изменения величины поступления или платежей при пересчете в национальной валюте.

Кроме того, следует различать валютный риск для импортера и риск для экспортера. Риск для экспортера — это падение курса иностранной валюты с момента получения или подтверждения заказа до получения платежа и во время переговоров. Риск для импортера — это повышение курса валюты в отрезок времени между датой подтверждения заказа и днем платежа.

Таким образом, при заключении контрактов необходимо учитывать возможные изменения валютных курсов. Одним из

важнейших видов рисков деятельности предпринимательской фирмы в условиях рыночной экономики является кредитный риск. Кредитный риск связан с возможностью невыполнения предпринимательской фирмой своих финансовых обязательств перед инвестором в результате использования для финансирования деятельности фирмы внешнего займа. Следовательно, кредитный риск возникает в процессе делового общения предприятия с его кредиторами: банком и другими финансовыми учреждениями; контрагентами — поставщиками и посредниками; а также с акционерами.

Разнообразие видов кредитных операций предопределяет особенности и причины возникновения кредитного риска: недобросовестность заемщика, получившего кредит; ухудшение конкурентного положения конкретной предпринимательской фирмы, получившей коммерческий или банковский кредит; неблагоприятная экономическая конъюнктура; некомпетентность руководства предпринимательской фирмы и т. д.

Зарубежные экономисты выделяют имущественный, моральный и деловой кредитные риски. Деловой риск, как правило, связывается со способностями предпринимателя производить прибыль за определенный период времени. Под моральным риском подразумевается та часть риска, которая имеет отношение к займу денег и зависит от моральных качеств заемщика. Имущественный риск определяется тем, достаточно ли собственных активов заемщика для покрытия объема кредита.

Следующий вид финансового риска — инвестиционный риск. Этот вид риска связан со спецификой вложения предпринимательской фирмой денежных средств в различные проекты. В отечественной экономической литературе часто под инвестиционными подразумеваются риски, связанные с вложением средств в ценные бумаги. По нашему мнению, это понятие много шире и включает в себя все возможные риски, возникающие при инвестировании денежных средств. Основные риски, относящиеся к группе инвестиционных, перечислены в табл. 8.1.

Таблица 8.1

Основные виды инновационного риска

	Вид риска	Определение
1	Капитальный	Общий риск на все инвестиционные вложения, риск того, что инвестор не сможет высвободить инвестированные средства, не понеся потери
2	Селективный	Риск неправильного выбора объекта для инвестирования в сравнении с другими вариантами
3	Процентный	Риск потерь, которые могут понести инвесторы в связи с изменениями процентных ставок на рынке
4	Страновой	Риск потерь в связи с вложением денежных средств в предприятия, находящиеся под юрисдикцией страны с неустойчивым социальным и экономическим положением
5	Операционный	Риск потерь, возникающих в связи с неполадками в работе компьютерных систем по обработке информации, связанной с инвестированием средств
6	Временной	Риск инвестирования средств в неподходящее время, что неизбежно влечет за собой потери
7	Риск законодательных изменений	Потери от непредвиденного законодательного регулирования
8	Риск ликвидности	Риск, связанный с возможностью потерь при реализации ценной бумаги из-за изменения оценки ее качества
9	Инфляционный	Риск того, что при высоком уровне инфляции доходы, получаемые от инвестированных средств, обесцениваются (с точки зрения реальной покупательной способности) быстрее, чем растут

* Экспертная оценка по 10-балльной шкале, повышение риска от 1 до 10.

8.8. Отраслевой риск

Отраслевой риск — это вероятность потерь в результате изменений в экономическом состоянии отрасли и степенью этих изменений как внутри отрасли, так и по сравнению с другими отраслями. При анализе отраслевого риска необходимо учитывать следующие факторы:

□ деятельность фирм отрасли, а также смежных отраслей за определенный (выбранный) период времени;

□ насколько деятельность фирм отрасли устойчива по сравнению с экономикой страны в целом;

□ каковы результаты деятельности различных предпринимательских фирм внутри одной и той же отрасли, имеется ли значительное расхождение в результатах.

С работой предприятий отрасли, а следовательно, и с уровнем отраслевого риска непосредственно связаны стадия промышленного жизненного цикла отрасли и внутриотраслевая среда конкуренции. При этом уровень внутриотраслевой конкуренции является источником информации об устойчивости предпринимательских фирм в отрасли по отношению к фирмам других отраслей и, как правило, служит оценкой отраслевого риска. Об уровне внутриотраслевой конкуренции можно судить по следующей информации:

□ степень ценовой и неценовой конкуренции;

□ легкость или сложность вхождения организации в отрасль;

□ наличие или недостаток близких и конкурентоспособных по цене заменителей;

□ рыночная способность покупателей;

□ рыночная способность поставщиков;

□ политическое и социальное окружение.

Однако перечисленные условия, в которых функционирует отрасль, подвержены неожиданным, иногда резким изменениям. Поэтому предпринимательским фирмам необходимо постоянно учитывать отраслевой риск при любых видах деятельности.

8.9. Инновационный риск

Инновационный риск особенно важен в современной предпринимательской деятельности, которая находится на этапе увеличения капиталов, используемых как для производства существующих товаров и услуг, так и для создания новых, ранее не производимых.

Инновационный риск — это вероятность потерь, возникающих при вложении предпринимательской фирмой средств в про-

изводство новых товаров и услуг, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке. Инновационный риск возникает в следующих ситуациях:

□ при внедрении более дешевого метода производства товара или услуги по сравнению с уже использующимися. Подобные инвестиции будут приносить предпринимательской фирме временную сверхприбыль до тех пор, пока она является единственным обладателем этой технологии. В такой ситуации фирма сталкивается лишь с одним видом риска — возможной неправильной оценкой спроса на производимый товар;

□ при создании нового товара или услуги на старом оборудовании. В этом случае к риску неправильной оценки спроса на новый товар или услугу добавляется риск несоответствия качества товара или услуги в связи с использованием старого оборудования;

□ при производстве нового товара или услуги при помощи новой техники и технологии. В этой ситуации инновационный риск включает в себя риск того, что новый товар или услуга может не найти покупателя; риск несоответствия нового оборудования и технологии необходимым требованиям для производства нового товара или услуги; риск невозможности продажи созданного оборудования, так как оно не подходит для производства иной продукции, в случае неудачи. В литературе по теории бизнеса часто можно встретить с терминами “высокий риск” и “слабый риск”. В этом случае речь идет о различных уровнях риска. Уровень риска зависит от отношения масштаба ожидаемых потерь к объему имущества предпринимательской фирмы, а также от вероятности наступления этих потерь¹.

8.10. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска

Предпринимательские риски могут возникнуть при осуществлении деятельности в результате влияния многочисленных

¹ См.: Лапуста М. Г., Поршнев А. Г. и др. Предпринимательство. — М.: Инфра-М, 2002. — С. 440.

факторов. Они могут возникнуть вследствие внутренних для фирмы решений или вследствие воздействия высшей предпринимательской среды. Анализ современного состояния российской экономики позволяет выделить следующие причины, приводящие к появлению предпринимательских рисков: экономический кризис; рост криминализации общества; высокие темпы инфляции; политическая нестабильность; необязательность и безответственность хозяйствующих субъектов; нечеткость и непрерывная изменяемость законодательных и нормативных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность; отсутствие реального предпринимательского права, что препятствует снижению общего уровня риска; отсутствие персональной ответственности значительной части предпринимателей за результаты своей деятельности, что увеличивает “моральный” риск любой сделки; зависимость предпринимателя от уголовного мира, неспособность и нежелание правоохранительных органов защитить его; неправомерное, безграничное вмешательство политиков в экономику; резкое увеличение аппарата управления на федеральном и местном уровнях; неустойчивое налоговое законодательство; высокое бремя налогов и обязательных платежей; недобросовестная конкуренция; низкий уровень образования предпринимателей по проблемам рынка и предпринимательства и др.

Проведенный социологический опрос предпринимателей показал, что опасными для ведения цивилизованного бизнеса являются следующие факторы (табл. 8.2).

Таблица 8.2

Факторы предпринимательского риска

№ п/п	Возможные факторы риска	В % к числу опрошенных
1	Недобросовестность российских деловых партнеров	61
2	Вымогательство со стороны государственных чиновников	57
3	Политическая нестабильность	55
4	Финансовая нестабильность	53
5	Ущемление прав предпринимателей государственными органами и должностными лицами	44
6	Вымогательство со стороны криминальных структур	23

Поскольку риск имеет объективную основу из-за неопределенности влияния среды и субъективную основу в результате принятия решения самим предпринимателем, успехи и неудачи предпринимательской фирмы следует рассматривать как взаимодействие целого ряда факторов, одни из которых являются внешними по отношению к предпринимательской фирме, а другие — внутренними. Под внешними факторами понимаются те условия, которые предприниматель не может изменить, но должен учитывать, поскольку они сказываются на состоянии его дел. На рис. 8.2 показаны основные внешние факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска. Трудно выделить приоритетность этих факторов, так как внешние факторы взаимосвязаны: изменение одного фактора может вызвать изменение других и, следовательно, взаимосвязано их влияние на уровень риска. Так, политические изменения, произошедшие в середине 80-х гг. в России, вызвали крупные перемены в экономической среде, что привело к усилению уровня риска экономической деятельности как для отечественных предпринимателей, так и для их партнеров за рубежом.

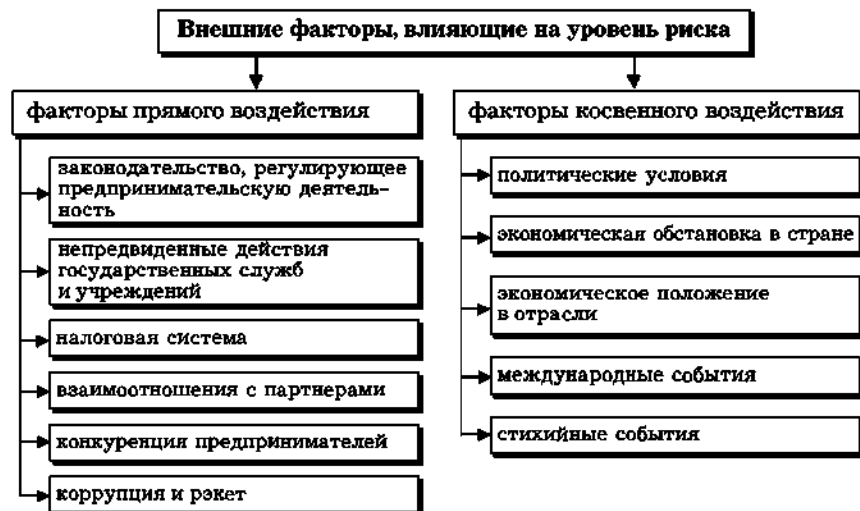


Рис. 8.2. Система внешних факторов, влияющих на уровень предпринимательского риска

Внешние факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска, подразделяются на две группы: факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия. Факторы прямого воздействия непосредственно влияют на результаты предпринимательской деятельности и уровень риска. Факторы косвенного воздействия не могут оказывать прямого влияния на предпринимательскую деятельность и уровень риска, но способствуют его изменению.

8.11. Страхование рисков

Страхование риска — это передача ответственности за определенные риски страховой компании. Так, при глубокой реконструкции крупного промышленного предприятия могут быть использованы два основных способа страхования:

- ☐ имущественное;
- ☐ от несчастных случаев.

Имущественное страхование — страхование риска исполнителя реконструкции, морских грузов и собственности подрядчика, стандартного или нестандартного оборудования, технологического оснащения.

В зависимости от страховых рисков договоры страхования рисков исполнителя реконструкции (например, подрядным способом) могут быть трех типов.

Стандартный договор страхования от пожара служит защитой от прямых материальных потерь или повреждений указанной в договоре собственности. Расширенный договор страхования от пожара содержит стандартный договор страхования от пожара и одно или несколько специфических дополнений, учитывающих потребности конкретного страхователя. В такое дополнение могут быть включены риски от урагана, града, взрыва, гражданских волнений.

Страхование от всех видов рисков учитывает в договоре определенные потребности подрядчика, допускает предоставление ему более широкого спектра услуг, гарантирует страхо-

вание имущества от всех рисков материальных потерь, кроме нестрахуемого, оговариваемого в договоре.

Договор страхования охватывает все стадии незавершенного строительства производства, материальные ресурсы, основное, вспомогательное и транспортное оборудование, в том числе арендуемое, а также результаты труда. В таком страховании заинтересованы прежде всего заказчики. Иногда они требуют от подрядчика и субподрядчика проводить страхование с целью уменьшения риска потерь, вызванных нарушением трафиков строительно-монтажных работ вследствие выхода из строя различного вида оборудования.

Страхование морских грузов проводится с целью защиты от материальных потерь или повреждений любых перевозимых по морю, рекам или воздушным транспортом грузов. Страхование охватывает все риски, включая войну, забастовки.

Страхование стандартного и нестандартного оборудования, технологического оснащения, являющихся собственностью подрядчика, широко используется подрядчиками и субподрядчиками. Эта форма распространяется и на арендуемое или взятое по лизингу оборудование.

Страхование от несчастных случаев предполагает страхование общей гражданской и персональной ответственности.

Страхование общей гражданской ответственности — форма страхования от несчастных случаев, направленная на защиту генерального подрядчика, если в результате его деятельности “третья сторона” (например, работник) потерпит телесное повреждение, личный ущерб или повреждение имущества.

Страхование персональной ответственности проводят только в том случае, когда генеральный подрядчик несет ответственность за подготовку архитектурного или технического проекта, управление проектом, оказание других профессиональных услуг по проекту. Одним из распространенных и надежных методов снижения риска является самострахование, которое осуществляется посредством создания на предприятии специальных резервных фондов (страховых запасов). Самострахование целесообразно в случаях, когда:

□ стоимость страхуемого имущества относительно невелика по сравнению с имущественными и финансовыми параметрами всего бизнеса;

□ вероятность убытков чрезвычайно мала;

□ фирма владеет большим количеством однотипного имущества.

Самострахование используется, например, транснациональными нефтяными компаниями, владеющими несколькими сотнями танкеров, когда потеря одного из них почти не отразится на их общем благополучии.

8.12. Пути снижения риска в предпринимательской деятельности

Основные способы уменьшения риска:

□ привлечение к разработке проекта компетентных партнеров, компаньонов и консультантов;

□ глубокая предпроектная проработка сопутствующих проблем;

□ прогнозирование тенденций развития рыночной конъюнктуры, спроса на предполагаемую продукцию или услуги;

□ распределение риска между участниками проекта, его соисполнителями;

□ страхование риска;

□ резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов.

При принятии решений, сопряженных с риском, предприниматель должен учитывать объективные и субъективные факторы. Лицо, принимающее решение, связанное с риском, должно обладать такими качествами, как оригинальность мышления, агрессивность, самостоятельность и др. Большинство психологов считает, что склонность к риску или его отрицание не являются свойствами личности. Отношение к риску определяется главным образом внешними условиями или некоторыми индивидуальными и психологическими особенностями человека, например

такими, как агрессивность или уровень тревоги, стресс. Вместе с этим психологические исследования показали, что большинство других черт личности, например эгоизм, конформизм и т. д., не влияют на принятие решений, связанных с риском.

При принятии решений, сопряженных с риском, одни предприниматели, способные выдвигать несколько альтернативных решений, обычно обладают верой в собственные силы, большой стойкостью к стрессу, установкой на внешнее окружение (экстравертность); другие предприниматели обладают противоположными качествами: неуверенностью в себе, невысокой стойкостью к стрессу, интровертностью (установкой на внутренние мотивы), что не способствует выработке нескольких альтернативных решений.

Чтобы организовать в современных условиях доходное дело, предприниматель должен иметь хорошую профессиональную подготовку, а также необходимые знания в области экономики, политики, психологии, юриспруденции, организации производства и уметь сотрудничать с учеными, специалистами по маркетингу, владельцами капитала. За рубежом специалистов, владеющих такими качествами, считают цветом нации, деловым потенциалом страны.

При принятии решений могут возникать информационные перегрузки, тогда принятию решения в нужные сроки могут мешать насыщенный поток сведений об окружающей обстановке или нехватка информации (типичная, нормальная ситуация для принятия решений, связанных с риском получения требуемых результатов). Информационные перегрузки блокируют работу по принятию решений, вызывают ее усложнение.

Предельные случаи решений, сопряженных с риском, — перестраховка и авантюризм. При перестраховке риск сводится к нулю, авантюризм приводит к максимально возможному риску. Перестраховка может привести к заниженному эффекту, авантюризм — к неполучению запланированного результата, связанного с чрезмерным риском. Необходимо оптимальное решение, которое должно содержать обоснованный расчетом риск. Следует использовать преимущества научного прогнозирования.

Обоснованный риск почти всегда полезен. Он повышает эффективность предпринимательской деятельности.

Решение — основа управления, выбор лучшего способа действий из нескольких возможных. Под оптимальным решением следует понимать такое, которое находится между хорошим и наилучшим. Оптимальное решение должно соответствовать условиям производства, быть пригодным и приемлемым для работы, а также обеспечивать малую степень риска и достижение проектных результатов. *Оптимальное решение* — это достижение предпринимателем главного результата своего труда.

Предприниматель может предупредить или существенно сократить риск посредством лизинга, заключения договоров продажи товаров, оказания услуг на перевозку и хранение продукции. В условиях лизинга существенная часть риска порчи имущества или его гибели может быть возложена на арендатора путем особых оговорок в договоре лизинга (финансовой аренды). При заключении договоров продажи товаров или оказания услуг преимущество переходит к покупателю или посреднику в покупке, которые предусматривают в договорах ответственность производителя за устранение дефектов в ходе эксплуатации продукции или замену недоброкачественного товара. Таким образом, риск возлагается на производителя.

При перевозке или хранении грузов возникает обоюдный *риск сторон*, заключающих договор. Падение цен в период перевозки или хранения продукции и связанные с этим потери несет ее производитель. В то же время материальные потери во время хранения или перевозки продукции возлагаются на транспортные или другие организации, осуществляющие это хранение или перевозку.

Принятие правильного решения — залог успеха деятельности предпринимателя, так как оно значительно снижает степень риска и позволяет получить высокий конечный результат. Принятие управленческих решений должно подчиняться правилам, основные из которых были сформулированы американским социологом М. Рубинштейном:

1. Прежде чем вникать в детали, постарайтесь получить представление о проблеме в целом.

2. Не принимайте решения, пока не рассмотрите возможные варианты.

3. Сомневайтесь — даже общепринятые истины должны вызывать недоверие, не бойтесь опровергать их.

4. Старайтесь взглянуть на стоящую перед вами проблему с самых разных точек зрения, даже если шансы на успех кажутся минимальными.

5. Ищите модель или аналогию, которая поможет вам лучше понять сущность решаемой проблемы. Используйте диаграммы и схемы. Они позволят схватить сложную и обширную проблему буквально одним взглядом.

6. Задавайте как можно больше вопросов себе и партнерам. Правильно заданный вопрос может иногда радикально изменить содержание ответа.

7. Не удовлетворяйтесь первым решением, которое придет в голову. Постарайтесь найти его слабые места. Попробуйте найти другие решения данной проблемы и сравните их с первыми.

8. Перед принятием окончательного решения поговорите с кем-нибудь о своих проблемах.

9. Не пренебрегайте своей интуицией. Ведущая роль логического мышления в анализе проблем не подлежит сомнению, но нельзя преуменьшать и значение интуиции.

10. Помните, что каждый человек смотрит на жизнь и возникающие постоянно проблемы со своей, особенной точки зрения¹.

Риск проекта должен быть уравновешен тем, что предполагаемые доходы будут достаточными для покрытия затрат, выплаты задолженностей и обеспечения окупаемости любых по размеру капитальных вложений².

¹ См.: Абучук В. А. Предприимчивость и риск. — Л., 1997.

² См.: Горфинкель В. и др. Экономика предприятия. — М.: ЮНИТИ, 2003. — С. 338.

Наилучший вариант проекта можно выбрать по формуле приведенных затрат (ЗП):

$$\text{ЗП} = C + E_n \cdot K,$$

где C — себестоимость продукта;

K — капитальные вложения;

E_n — нормативный коэффициент эффективности использования капитальных вложений, равный обратной величине срока окупаемости капитальных вложений, $E_n = 1/T_{\text{окв}}$.

Финансирование проекта должно удовлетворять существующим федеральным тестам на надежность, чтобы определенные инвесторы, например страховые компании, получили возможность осуществлять инвестиции в проект.

Степень риска иногда определяется как произведение ожидаемого ущерба на вероятность того, что ущерб произойдет. В связи с установлением взаимосвязи между величиной риска выбираемого решения, а также возможным ущербом, наносимым этим решением, и очевидностью, с которой ущерб причиняется, предполагается, что наилучшим является решение с минимальным риском. Другими словами, подвергаясь минимальному риску, человек в определенной ситуации поступает оптимально. Для выбора решения с минимальным риском предлагается использовать формулу

$$H = A \cdot P_1 + (A + B) \cdot P_2,$$

где H — риск;

A и B — ущерб от выбираемых решений;

P_1 и P_2 — степень уверенности, что произойдут ошибки при принятии этих решений.

Вероятность технического и коммерческого успеха, т. е. учет риска и оценка его степени, определяется в зависимости от характера продукции, которую предполагается получить в результате реализации и других факторов. Каждый из них может быть определен по таблице, помогающей вычислить вероятность успеха проектов.

Контрольные вопросы

1. Характеристика особенностей предпринимательского риска.
2. Классификация предпринимательского риска.
3. Характеристика политического риска.
4. Характеристика технического риска.
5. Характеристика производственного риска.
6. Характеристика коммерческого и финансового рисков.
7. Основные факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.
8. Пути снижения риска в предпринимательской деятельности.

Глава 9. КОНКУРЕНЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

9.1. Понятие, виды и факторы, влияющие на конкуренцию

Конкуренция — (позд.-лат. *сталкиваться*) — отношения между товаропроизводителями, вызванные борьбой за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья.

Конкуренция является весьма действенным механизмом стихийного регулирования пропорций общественного производства.

Конкурентоспособность — свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений (рис. 9.1).



Рис. 9.1. Отдельные факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров и услуг

В рыночной системе основное содержание конкуренции — борьба за потребителя, полное удовлетворение его потребностей в товарах и услугах. Конкуренция возникла одновременно с товарным производством, однако лишь при капитализме она превратилась в главный рычаг рыночного регулирования общественного продукта. На сегодняшний период определились две основные формы конкуренции:

- внутриотраслевая;
- межотраслевая.

Внутриотраслевая конкуренция — конкуренция между товаропроизводителями одной и той же отрасли, когда предприятия с более высокой, чем средняя, производительностью труда получают дополнительную прибыль, а технически отстающие отрасли теряют часть прибыли и в будущем разоряются.

Межотраслевая конкуренция — конкуренция между предприятиями различных отраслей, выражающаяся в переливе капитала из отраслей, имеющих низкую норму прибыли, в отрасли с высокой долей прибыли.

Основные характеристики наиболее распространенных видов конкуренции представлены в табл. 9.1.

Монополистическая конкуренция по своему существу наиболее близка к совершенной. Особенность ее состоит в том, что продукция (услуги) у отдельных продавцов несколько отличается от аналогичных товаров или услуг у других продавцов. Каждый из них сохраняет определенный контроль над ценами на свой товар, имеет определенное влияние на других продавцов своего рыночного сегмента и вынужден, в свою очередь, считаться с их реакцией на свое поведение.

Кроме рассмотренных по степени совершенства различают конкуренцию по характеру поведения субъектов. По этому признаку выделяют конкуренции гарантирующую, приспособленческую и креативную.

Стремление производителей к сохранению достигнутых на рынке позиций (собственного удельного веса в соответствующих секторах, сложившегося имиджа среди покупателей и т. п.) приводит к гарантирующей конкуренции (иногда ее называют

Таблица 9.1

Виды конкуренции по степени совершенства¹

№ п/п	Название	Количество и характеристика продавцов	Характер продукции	Контроль за ценами	Условия выхода на рынок	Доступность рыночной информации	Метод сбыта продукции
1	Совершенная конкуренция	Множество мелких	Идентичная, с примерно одинаковыми потребительскими свойствами	Отсутствует	Никаких затруднений	Равный доступ ко всем видам	Рыночный обмен или биржа
2	Монополистическая конкуренция	Много мелких	Разнородная, заметно отличается от аналогов	Некоторый	Никаких затруднений	Некоторые ограничения	Реклама качества и цены
3	Олигополия	Небольшое число, в т. ч. крупных	Однородная или разнородная	Незначительный	Отдельные препятствия	Некоторые ограничения	Реклама качества и цены
4	Монополия	Один	Уникальная	Значительный	Трудно-преодолимые барьеры	Значительные ограничения	Непосредственные контакты

¹ Пелех А. С. и др. Организация предпринимательской деятельности. — Ростов-н/Д.: Март, 2002. — С. 69.

обеспечивающей). Это оказывается возможным при постоянном повышении качества уже выпускаемой продукции, оказании дополнительных услуг (к примеру — гарантийного обслуживания или предоставления товаров-комплементов). Такая конкуренция проявляется среди производителей, не имеющих возможности существенно менять объемы и ассортимент продукции, не располагающих необходимыми капиталами для расширения и модернизации производства.

Приспособленческая конкуренция основана на учете и использовании инновационных возможностей соперников. Она состоит в как можно более быстром копировании достижений последних. Прибегают к такой конкуренции в тех случаях, когда собственная деятельность по модернизации производства не дает уверенности (из-за ограниченности капиталовложений, в частности) в успешных результатах, в возможности упредить действия соперников.

Креативная конкуренция предполагает достижение превосходства над соперниками путем изменения уже сложившейся структуры спроса и предложения. С этой целью прилагаются усилия к созданию новых видов товаров, замене традиционных технологий и организации производства более совершенными, к разработке новых способов реализации продукции, включая необычные формы рекламы, и т. д.

В зависимости от применяемых методов различают конкуренцию ценовую и неценовую. Первая состоит в уменьшении затрат на производство товаров и соответствующем снижении цен без изменения ассортимента и качества. Вторая предусматривает широкий круг мероприятий, ведущих к успеху без изменения сложившихся цен на продукцию. Это и изменение качественно новых свойств уже выпускаемых товаров, и создание новых товаров для удовлетворения тех же потребностей или новых, не существовавших раньше. Сюда можно отнести и оказание услуг, сопутствующих товару: обучение правилам пользования продукцией, установка и наладка оборудования, гарантийный ремонт и т. д.

9.2. Характеристика конкурентоспособности рынка, правовое регулирование

Легальное определение рынка сформулировано в законодательстве в отношении товарных рынков и рынка финансовых услуг. В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ “О защите конкуренции” под товарным рынком понимается сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее — определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Рынок можно классифицировать по различным основаниям. Например, в зависимости от объекта обращения рынок классифицируется на товарный рынок, рынок финансовых услуг, рынок нематериальных благ, рынок рабочей силы.

В нормативно-правовых актах внешние параметры определяются через географические границы (территория, на которой покупатели могут приобрести определенный товар и не имеют такой возможности за ее пределами) и продуктовые (группу взаимозаменяемых товаров) границы. По критерию географических границ рынки можно подразделить на местный, региональный, межрегиональный, общероссийский. Структура рынка характеризуется количественными показателями (численность продавцов, действующих на рынке; доли, занимаемые продавцами на рынке, и т. п.) и качественными показателями (наличие или отсутствие барьеров выхода на рынок для потенциальных конкурентов, степень преодолемости таких барьеров, если они существуют, и др.). Сопоставление и анализ количественных и качественных показателей, характеризующих структуру рынка, позволяет определить его тип. Так, тип рынка определяют в зависимости от концентрации (высококонцентрированные, умеренно концентрированные и низкоконцентрированные рынки), развитости или неразвитости состояния конкурентной среды.

Правовое регулирование обеспечения конкуренции и ограничения монополистической деятельности на товарных рынках РФ осуществляется системой нормативно-правовых актов. Принципы антимонопольного регулирования определены Конституцией РФ. Ст. 8 Конституции закрепляет основополагающий принцип рыночной экономики — свободу конкуренции, п. 2 ст. 34 содержит запрет экономической деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Согласно ст. 74 Конституции РФ на территории РФ провозглашается существование единого экономического пространства в государстве — необходимое условие поддержки конкуренции.

Организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции на товарных рынках определены Законом “О защите конкуренции” (далее — Закон о конкуренции). Целями Закона о конкуренции являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в РФ, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков.

Отношения, которые связаны с защитой конкуренции, в том числе с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, и в которых участвуют российские юридические лица и иностранные юридические лица, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, а также государственные внебюджетные фонды, Центральный банк РФ, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, подпадают в сферу применения Закона о конкуренции.

Положения Закона применяются к достигнутым за пределами территории Российской Федерации соглашениям между российскими или иностранными лицами либо организациями, если в отношении таких соглашений в совокупности выполняются следующие условия:

1) соглашения достигнуты в отношении находящихся на территории Российской Федерации основных производственных средств и (или) нематериальных активов либо в отношении акций (долей) российских хозяйственных обществ, прав в отношении российских коммерческих организаций;

2) соглашения приводят или могут привести к ограничению конкуренции в Российской Федерации (ст. 3 Закона о конкуренции).

Закон о конкуренции регулирует такие отношения, влияющие на конкуренцию на рынке финансовых услуг. Под финансовой услугой понимается деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств юридическими и физическими лицами. Перечень видов финансовых услуг, подлежащих антимонопольному регулированию, представлен в ст. 4 Закона о конкуренции. Товарные рынки, функционирующие в условиях естественных монополий, регулируются специальным законодательством, и прежде всего Федеральным законом от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ “О естественных монополиях”.

Наряду с законами правовое регулирование рассматриваемой сферы общественных отношений представлено большим количеством подзаконных нормативных актов. Например, постановлением Правительства РФ от 21 февраля 1998 г. № 239 были определены мероприятия по решению задач государственной антимонопольной политики, демополизации экономики и развития конкуренции на товарных рынках РФ в 1998–2000 гг. Большую роль в системе антимонопольного регулирования играют акты федерального антимонопольного органа.

Помимо специального законодательства нормы, определяющие антимонопольные требования при осуществлении предпринимательской деятельности, содержатся в иных актах. Во-первых, это нормы ст. 10 и 1033 ГК РФ. Кроме того, следует отметить ст. 17 Закона РФ от 21 февраля 1992 г. № 2395-І “О недрах”, ст. 32 Федерального закона от 2 декабря 1990 г. № 395-І “О банках и банковской деятельности”, ст. 5 Федерального закона от 13 декабря 1994 г. № 60-ФЗ “О поставках продукции для федеральных государственных нужд” и другие акты.

Федеральный антимонопольный орган проводит государственную политику по содействию развитию конкуренции, по предупреждению, ограничению и пресечению монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.

До недавнего времени таким органом было Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП России). В настоящее время Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства реорганизовано в Федеральную антимонопольную службу.

9.3. Понятие и признаки доминирующего положения на товарном рынке

Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации):

1) доля которого на рынке определенного товара превышает 50%, если только при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства или при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим;

2) доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем 50%, если доминирующее положение такого хозяйствующего субъекта установлено антимонопольным органом исходя из неизменной или подверженной малозначительным

изменениям доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке, относительного размера долей на этом товарном рынке, принадлежащих конкурентам, возможности доступа на этот товарный рынок новых конкурентов либо исходя из иных критериев, характеризующих товарный рынок.

2. Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого на рынке определенного товара не превышает 35%, за исключением указанных в ч. 3 и 6 ст. 5 Закона "О защите конкуренции".

3. Доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), применительно к которому выполняются в совокупности следующие условия:

1) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает 50%, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает 70% (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем 8%);

2) в течение длительного периода (в течение не менее чем одного года или, если такой срок составляет менее чем один год, в течение срока существования соответствующего товарного рынка) относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруннен;

3) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях), рост цены товара не обуславливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, информация о

цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц.

4. Хозяйствующий субъект вправе представлять в антимонопольный орган или в суд доказательства того, что положение этого хозяйствующего субъекта на товарном рынке не может быть признано доминирующим.

5. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта — субъекта естественной монополии на товарном рынке, находящемся в состоянии естественной монополии.

6. Федеральными законами могут устанавливаться случаи признания доминирующим положения хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем 35%.

9.4. Понятие и виды монополистической деятельности на товарном рынке и рынке финансовых услуг

Под монополистической деятельностью понимается злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия (бездействие), признанные в соответствии с федеральными законами монополистической деятельностью (ст. 4 Закона о конкуренции).

Монополистическая деятельность является правонарушением и антиподом конкуренции.

Классификация монополистической деятельности проводится по различным основаниям. В зависимости от формы проявления выделяют договорный и внедоговорный виды монополистической деятельности. В основу классификации может быть положено количество участников монополистической деятельности.

В этом случае говорят об индивидуальной и коллективной антиконкурентной практике. Виды монополистической дея-

тельности могут быть определены в зависимости от субъектного состава ее участников. В этом случае следует различать монополистическую деятельность хозяйствующих субъектов и монополистическую деятельность государственных органов и органов местного самоуправления.

Разновидностями монополий такой деятельности являются:

1) *индивидуальная* монополистическая деятельность, которая проявляется как злоупотребление со стороны хозяйствующего субъекта своим доминирующим положением на рынке. В ст. 10 Закона о конкуренции перечислены запрещенные действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц;

2) *коллективная* монополистическая деятельность в виде соглашений (согласованных действий) хозяйствующих субъектов, ограничивающих конкуренцию.

Запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами или согласованные действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к:

1) установлению или поддержанию цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат), наценок;

2) повышению, снижению или поддержанию цен на торгах;

3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);

4) экономически или технологически не обоснованному отказу от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями (заказчиками), если такой отказ прямо не предусмотрен федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нор-

мативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

5) навязыванию контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (необоснованные требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товаров, в которых контрагент не заинтересован, и другие требования);

6) экономически, технологически и иным образом не обоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар и т. д. (ст. 11 Закона о конкуренции).

На основании ст. 15 Закона о конкуренции федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органам или организациям, а также государственным внебюджетным фондам, Центральному банку Российской Федерации запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия), в частности запрещаются:

1) введение ограничений в отношении создания хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности, а также установление запретов или введение ограничений в отношении осуществления отдельных видов деятельности или производства определенных видов товаров;

2) необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами;

3) установление запретов или введение ограничений в отношении свободного перемещения товаров в Российской Федерации, иных ограничений прав хозяйствующих субъектов на продажу, покупку, иное приобретение, обмен товаров;

4) дача хозяйствующим субъектам указаний о первоочередных поставках товаров для определенной категории покупа-

телей (заказчиков) или о заключении в приоритетном порядке договоров;

5) установление для приобретателей товаров ограничений выбора хозяйствующих субъектов, которые предоставляют такие товары и т. д.

Запрещаются соглашения между федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации или между ними и хозяйствующими субъектами либо осуществление этими органами и организациями согласованных действий, если такие соглашения или такое осуществление согласованных действий приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности к:

1) повышению, снижению или поддержанию цен (тарифов), за исключением случаев, если такие соглашения предусмотрены федеральными законами или нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации;

2) экономически, технологически и иным образом не обоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо по составу продавцов или покупателей (заказчиков);

4) ограничению доступа на товарный рынок, выхода из товарного рынка или устранению с него хозяйствующих субъектов (ст. 16 Закона о конкуренции).

9.5. Понятие и формы недобросовестной конкуренции

Под *недобросовестной конкуренцией* понимаются любые направленные на получение преимуществ в предприниматель-

ской деятельности действия хозяйствующих субъектов, которые противоречат положениям законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости и могут причинить или причинили убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо могут нанести или нанесли ущерб их деловой репутации. Признаки недобросовестной конкуренции:

а) недобросовестная конкуренция, в отличие от монополистической деятельности, может осуществляться только активными действиями, возможность пассивного поведения в виде бездействия не предусмотрена;

б) эти действия будут рассматриваться как правонарушения, если они противоречат не только положениям действующего законодательства, но и обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости;

в) субъектами недобросовестной конкуренции могут быть лишь хозяйствующие субъекты, т. е. российские и иностранные организации, занимающиеся предпринимательской деятельностью, а также индивидуальные предприниматели;

г) целью активных действий субъектов недобросовестной конкуренции является приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности;

д) в результате действий конкурентам могут быть причинены убытки или нанесен ущерб их деловой репутации. Достаточно лишь потенциальной угрозы причинения убытков или нанесения ущерба деловой репутации для квалификации данного правонарушения как недобросовестной конкуренции.

Наиболее характерные проявления этого вида правонарушения:

□ распространение ложных, неточных или искаженных сведений, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;

□ введение потребителя в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара или его производителей;

□ некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, про-

изводимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами;

□ продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг;

□ незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну (ст. 14 Закона о конкуренции).

9.6. Правовые средства антимонопольного регулирования

Действующее антимонопольное законодательство предусматривает достаточно широкий спектр правовых средств антимонопольного регулирования, применяемых компетентным государственным органом в строго определенных случаях и в определенном порядке.

Рассмотрим некоторые средства антимонопольного воздействия, а также основные права антимонопольного органа, позволяющие осуществлять такое воздействие.

1. Право доступа к информации, право беспрепятственного доступа в органы государственной власти, органы местного самоуправления, в коммерческие и некоммерческие организации с целью ознакомления на основании письменного запроса с необходимыми документами. С этим правом корреспондирует обязанность субъектов представлять по требованию антимонопольного органа информацию, необходимую для осуществления антимонопольным органом его деятельности.

2. Право осуществлять ограничение сфер и объектов антимонопольного воздействия, в частности определять территориальные и товарные пределы рынка, доминирующих на нем субъектов, производить оценку балансовой стоимости активов хозяйствующих субъектов.

3. Государственный контроль за созданием, реорганизацией, ликвидацией коммерческих организаций и их объединений (ст. 17 Закона о конкуренции). Такой контроль, осуществляемый антимонопольными органами, может быть предварительным и последующим.

Предварительный контроль предполагает направление в федеральный антимонопольный орган в случаях, определенных законодательством, ходатайства о даче согласия на создание, реорганизацию, ликвидацию субъектов. Например, такие ходатайства представляются при слиянии и присоединении коммерческих организаций, если сумма их активов по последнему балансу превышает 6 млрд руб. (ст. 27, 28, 29 Закона о конкуренции). Федеральному антимонопольному органу предоставляется право удовлетворить или отклонить ходатайство. Государственная регистрация или исключение из реестра юридических лиц осуществляются только при наличии предварительного согласия федерального антимонопольного органа.

Последующий контроль предполагает уведомление федерального антимонопольного органа:

1) коммерческой организацией о ее создании в результате слияния коммерческих организаций (за исключением слияния финансовых организаций), если суммарная стоимость активов по последним балансам или суммарная выручка от реализации товаров за календарный год, предшествующий году слияния, коммерческих организаций, деятельность которых прекращается в результате слияния, превышает 200 млн руб., — не позднее чем через 45 дней после даты слияния;

2) коммерческой организацией о присоединении к ней другой коммерческой организации (за исключением присоединения финансовой организации), если суммарная стоимость активов указанных организаций по последнему балансу или их суммарная выручка от реализации товаров за календарный год, предшествующий году присоединения, превышает 200 млн руб., — не позднее чем через 45 дней после даты присоединения;

3) финансовой организацией о ее создании в результате слияния финансовых организаций, если стоимость ее активов

по последнему балансу не превышает величину, установленную Правительством Российской Федерации (при создании в результате слияния кредитной организации такая величина устанавливается Правительством Российской Федерации по согласованию с Центральным банком Российской Федерации), — не позднее чем через 45 дней после даты слияния;

4) финансовой организацией о присоединении к ней другой финансовой организации, если стоимость активов по последнему балансу созданной в результате присоединения финансовой организации не превышает величину, установленную Правительством Российской Федерации (при создании в результате присоединения кредитной организации такая величина устанавливается Правительством Российской Федерации по согласованию с Центральным банком Российской Федерации), — не позднее чем через 45 дней после даты присоединения и т. д. (ст. 30 Закона о конкуренции).

4. В случае систематического осуществления монополистической деятельности занимающей доминирующее положение коммерческой организацией, а также некоммерческой организацией, осуществляющей деятельность, приносящую ей доход, суд по иску антимонопольного органа (в отношении кредитной организации по иску антимонопольного органа по согласованию с Центральным банком Российской Федерации) вправе принять решение о принудительном разделении таких организаций либо решение о выделении из их состава одной или нескольких организаций. Созданные в результате принудительного разделения организации не могут входить в одну группу лиц.

Решение суда о принудительном разделении коммерческой организации или выделении из состава коммерческой организации одной или нескольких коммерческих организаций принимается в целях развития конкуренции, если выполняются в совокупности следующие условия:

а) возможность организационного и территориального обособления структурных подразделений коммерческой организации;

б) отсутствие между ее структурными подразделениями тесной технологической взаимосвязи;

в) возможность для юридических лиц, образуемых в результате реорганизации, самостоятельно работать на рынке определенного товара.

Решение о принудительном разделении (выделении) имеет форму предписаний, которые направляются хозяйствующему субъекту. В предписании указывается срок, в течение которого реорганизация должна быть осуществлена. Этот срок не может быть менее шести месяцев.

5. Направление хозяйствующим субъектам обязательных для исполнения предписаний:

а) о прекращении ограничивающих конкуренцию соглашений и (или) согласованных действий хозяйствующих субъектов и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;

б) о прекращении злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;

в) о прекращении нарушения правил недискриминационного доступа к товарам;

г) о прекращении недобросовестной конкуренции;

д) о недопущении действий, которые могут являться препятствием для возникновения конкуренции и (или) могут привести к ограничению, устранению конкуренции и нарушению антимонопольного законодательства;

е) об устранении последствий нарушения антимонопольного законодательства;

ж) о прекращении иных нарушений антимонопольного законодательства;

з) о восстановлении положения, существовавшего до нарушения антимонопольного законодательства, и т. д. (ст. 23 Закона о конкуренции).

Решение или предписание антимонопольного органа может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня принятия решения или выдачи предписания. В случае подачи заявления в суд или в арбитражный суд исполнение предписания антимонопольного органа приостанавливается до вступления решения суда в законную силу.

6. Федеральный антимонопольный орган выдает федеральным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органам или организациям, а также государственным внебюджетным фондам, их должностным лицам... обязательные для исполнения предписания:

а) об отмене или изменении актов, нарушающих антимонопольное законодательство;

б) о прекращении или об изменении соглашений, нарушающих антимонопольное законодательство;

в) о прекращении иных нарушений антимонопольного законодательства;

г) о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции.

Направляет в федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг, Центральный банк Российской Федерации предложения о приведении в соответствие с антимонопольным законодательством принятых ими актов и (или) прекращении действий в случае, если такие акты и (или) действия нарушают антимонопольное законодательство и т. д.

7. Федеральный антимонопольный орган вправе обращаться в суд или арбитражный суд с заявлениями о признании недействительными полностью или частично договоров, противоречащих антимонопольному законодательству, об обязательном заключении договора с другим хозяйствующим субъектом, а также участвовать в рассмотрении судом (арбитражным судом) дел, связанных с применением и нарушением антимонопольного законодательства, и т. д. (ст. 23 Закона о конкуренции).

9.7. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства

За виновные противоправные деяния, нарушающие антимонопольное законодательство, субъекты антимонопольного воздействия несут юридическую ответственность. За такие на-

рушения предусмотрено три вида ответственности: гражданско-правовая, административная, уголовная.

Гражданско-правовая ответственность реализуется путем взыскания убытков, причиненных противоправными действиями (бездействием) как хозяйствующих субъектов, так и органов исполнительной власти и местного самоуправления и их должностных лиц. Прибыль, полученная в результате нарушения антимонопольного законодательства, подлежит перечислению в федеральный бюджет.

Меры административной ответственности установлены Кодексом РФ об административных правонарушениях. В частности, ст. 19.8 предусматривает ответственность за непредставление ходатайств, уведомлений (заявлений), сведений (информации) в Федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы, органы регулирования естественных монополий или органы, уполномоченные в области экспертного контроля, а ст. 19.5 — за невыполнение в срок законного предписания (постановления, представления, решения) органа (должностного лица), осуществляющего государственный надзор (контроль).

Уголовная ответственность за недопущение, ограничение или устранение конкуренции установлена ст. 178 УК РФ.

Недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем установления или поддержания монопольно высоких или монопольно низких цен, раздела рынка, ограничения доступа на рынок, устранения с него других субъектов экономической деятельности, установления или поддержания единых цен, если эти деяния повлекли причинение крупного ущерба, наказываются штрафом в размере до 200 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет.

Те же деяния, совершенные лицом с использованием своего служебного положения либо группой лиц по предварительному сговору, наказываются штрафом в размере от 100 тыс. до 300 тыс. руб. или в размере заработной платы, или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет либо лишением свободы на срок до пяти лет.

9.8. Понятия и методы регулирования сферы естественных монополий

Естественная монополия — это состояние товарного рынка, которое характеризуется следующими признаками:

□ удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства;

□ товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами;

□ спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров.

Субъектами естественных монополий могут быть хозяйствующие субъекты, которые заняты производством (реализацией) товаров в условиях естественной монополии.

Сферы естественных монополий перечислены в ст. 4 Федерального закона от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ “О естественных монополиях”. Это транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам; транспортировка газа по трубопроводам; железнодорожные перевозки; услуги в транспортных терминалах, портах и аэропортах; услуги общедоступной электросвязи и общедоступной почтовой связи и др.

Указом Президента РФ от 29 ноября 1995 г. № 1194 была образована Федеральная энергетическая комиссия РФ (ФЭК РФ), которая указом Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 была преобразована в Федеральную службу по тарифам (ФСТ), а ее функции по принятию нормативных правовых актов в установленной сфере были переданы Министерству экономического развития и торговли РФ (в настоящее время Министерство экономического развития РФ), функции по контролю и надзору — Федеральной антимонопольной службе, а функции по установлению тарифов — ФСТ.

Субъекты естественных монополий обязаны представлять соответствующему органу регулирования текущие отчеты о своей деятельности и проекты планов капитальных вложений.

Законодательством предусмотрено два основных метода регулирования деятельности субъектов естественных монополий (ст. 6 Закона “О естественных монополиях”):

1) ценовой метод, который осуществляется посредством определения (установления) цен (тарифов) или их предельного уровня;

2) через определение потребителей, подлежащих обязательному обслуживанию; установление минимального уровня обеспечения потребителей в случае невозможности удовлетворения в полном объеме потребностей в товаре, производимом (реализуемом) субъектом естественной монополии, и т. д.

Кроме того, субъекты естественных монополий не вправе отказываться от заключения договора с отдельными потребителями на производство (реализацию) товаров при наличии возможности произвести (реализовать) такие товары и т. д. (ст. 8 Закона “О естественных монополиях”). Субъекту может быть направлено предписание о заключении договора. При неисполнении предписания возможно предъявление в арбитражный суд иска о понуждении заключить договор.

Орган регулирования естественных монополий определяет метод регулирования применительно к конкретному субъекту и сообщает через средства массовой информации о принятых решениях, в частности относительно введения, изменения, прекращения регулирования деятельности субъектов; о включении в реестр субъектов естественных монополий либо об исключении из него; о применяемых методах регулирования в отношении конкретного субъекта. В свою очередь, субъекты естественных монополий, органы исполнительной власти и местного самоуправления обязаны предоставлять органам регулирования естественных монополий необходимую информацию.

9.9. Принципы организации производства конкурентоспособных предприятий

Каждый предприниматель (управляющий) знает, что ключ к получению прибыли лежит в области принятия правильных деловых решений. Поэтому за любые сведения о своем конкуренте, равно как и своем партнере, за любую информацию, позволяющую спрогнозировать их поведение, вы были бы готовы предложить большие деньги. Любая сторона вашего бизнеса может быть улучшена путем использования информации вне зависимости от того, работаете ли вы на малом семейном предприятии, в огромном банке или на совместном предприятии.

Необходимость в полезной и надежной информации повышается по мере того, как бизнесмен все чаще сталкивается с неопределенными и изменчивыми явлениями свободной рыночной экономики. Информация позволит снизить риск и уменьшить неопределенность бизнеса, что, в свою очередь, приведет к более верным деловым решениям, а в итоге — к увеличению прибыли.

Чтобы оценить конкурентоспособность предприятия, необходима система показателей, которая охватила бы как можно больше ресурсов, используемых на производстве, учитывая их взаимозаменяемость на перспективной основе.

Управляющим нужно уметь видеть не только перспективы своего предприятия, но иметь более широкий деловой кругозор, быть постоянно в курсе дел на предприятиях конкурентов, сопоставляя их результаты с собственными. Понимание сильных и слабых сторон конкурента позволяет не только вырабатывать правильный собственный курс действий, но и предвидеть возможную реакцию конкурента на изменение ситуации на рынке.

Среди экономистов распространено мнение, что ключевым фактором для повышения производительности являются инвестиции в новые машины и оборудование. Однако этот вывод не всегда подтверждается. При плохом управлении новая техника не только не повышает, а, наоборот, еще больше снижает эффективность по сравнению с прежним уровнем.

Дополнительные затраты, связанные с осуществлением новых капиталовложений (на установку и наладку оборудования, на обучение персонала, на изменения в организации производства и т. п.), могут значительно превосходить сами инвестиции в новую технику и технологию.

Можно ожидать некоторых потерь в эффективности на начальных стадиях эксплуатации оборудования, пока продолжается процесс его наладки и доводки, а рабочие учатся, как им пользоваться. В итоге общий уровень эффективности производства, вопреки первоначальным ожиданиям, не растет, а снижается, и значительно.

Совершенствование организации производства для повышения эффективности и конкурентоспособности предполагает улучшение проектирования и конструкторской разработки изделия. При этом выделяются два основных подхода:

1. Упрощение изделий, уменьшение количества его составных частей.
2. Более тесная интеграция проектирования изделий с разработкой технологий.

Достижение простоты в конструировании позволяет получить стабильный технологический процесс, а это приводит к росту производительности труда и качества.

Новые технологии способствуют укреплению преимуществ путем снижения издержек производства, повышения качества и эффективности за счет большей гибкости. Эффективное сочетание процессов разработки новых изделий и технологий увеличивает отдачу.

Способность предприятия производить новую продукцию — ключевой фактор успеха в будущем. Разработка нового изделия одновременно с технологией требует большой подготовительной работы, выделения значительных ресурсов на эти цели. Требуется выработка четкой стратегии для всех служб маркетинга, чтобы своевременно объединить их усилия. Еще одним фактором успеха является борьба с потерями. Она осуществляется путем уменьшения брака, что, в свою очередь, приводит к сокращению потребления сырья, материалов, а также затрат труда.

Множество предприятий применяют систему организации материально-технического снабжения, основанную на больших производственных запасах сырья и материалов, чтобы при сбое на одном участке не слишком пострадали остальные. Высокий уровень внутрипроизводственных запасов — симптом низкой эффективности производства и качества работы. Среди мероприятий по уменьшению величины запасов первостепенное значение имеет уменьшение неустойчивости объема выпуска изделий, повышение надежности работы оборудования, уменьшение сроков его переналадки, ликвидация постоянных изменений в графике производства и в режиме работы, отказ от услуг поставщиков, которые не могут доставить комплектующие изделия в срок.

Можно выделить следующие несколько принципов, на которых строится организация производства на предприятиях мирового класса.

Первый принцип — повышение значимости своей продукции для потребителя, постоянный поиск путей устранения тех видов деятельности, которые не увеличивают для потребителя ценность конечного продукта предприятия (начиная с устранения брака до сокращения времени ожидания изделием своей очереди на технологическую обработку). Следуя этому принципу, все виды деятельности должны быть подчинены одному — постоянному внесению улучшений в готовые изделия или услуги, оказываемые потребителю.

Второй принцип — строгая договорная дисциплина. Все обещания одного подразделения другому, все обязательства между предприятиями и поставщиками, между предприятием и торгующими организациями святы и незыблемы. Все, с кем предприятие имеет дело, должны быть точно информированы о его возможностях, и затем должно поставляться именно то, о чем была достигнута договоренность.

Третий принцип — простота. Организация информационных и материальных потоков должна быть по возможности максимально простой, а значит, надежной и ясной.

Все службы и подразделения на предприятии должны быть реорганизованы таким образом, чтобы схема внутрипроизводственной транспортировки материалов была оптимальной, устранены все источники неопределенности и ненадежности работы оборудования и технологии, длительного периода переналадки его с одного режима на другой. Информационные потоки должны поставлять все данные вовремя, аккуратно и тому, кому они действительно нужны.

Важное значение в повышении конкурентоспособности фирмы имеет совершенствование взаимоотношений с поставщиками.

Чтобы снизить сложность, уменьшить конфликты между своим предприятием и поставщиками, нужно превратить их на переговорах в единомышленников и компаньонов. Главное — как можно теснее интегрировать производственные процессы поставщиков с собственными производственными мощностями. Сущность новых взаимоотношений с поставщиками заключается в свободном обмене информацией, в большом количестве контрактов и по самым разным направлениям, на разных уровнях управления, в привлечении важных поставщиков к совместным разработкам новых изделий и к работе над другими совместными проектами.

Центральным аспектом нового подхода является положение: победит только лучшая команда из производителя и поставщиков. Способный, верный и преданный поставщик — своего рода надежная защита и поддержка для производителя, усиливающая его преимущества. В рамках новой системы взаимоотношений предприятие не просто покупает материалы у поставщика, оно снабжает себя дополнительной информацией и производственными мощностями. Укрепление новых взаимоотношений означает крупные преимущества в конкурентоспособности. Они выражаются в снижении запасов и в способности быстро реагировать на любые изменения потребительского спроса, повышении качества и снижении издержек производства на предприятии без крупных инвестиций.

Контрольные вопросы

1. Понятие “конкуренция”, факторы влияющие на конкурентоспособность товаров и услуг.
2. Правовое регулирование конкурентоспособного рынка.
3. Понятие и виды монополистической деятельности на товарном и финансовом рынках.
4. Недобросовестная конкуренция на рынке товаров и услуг.
5. Правовые средства антимонопольного регулирования.
6. Понятие и методы регулирования сферы естественных монополий.
7. Принципы организации производства конкурентоспособности предприятий.

Глава 10. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

10.1. Понятие инноваций, виды инновационной деятельности

Под инновациями (нововведениями) понимают конечный результат творческой деятельности, реализованный в виде нового или усовершенствованного товара (работы, услуги).

Инновационная деятельность — это процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новом или усовершенствованном продукте, продаваемом на рынке, в новом или усовершенствованном технологическом процессе, используемом в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные исследования и разработки.

Развитие инновационной деятельности предприятий в России чрезвычайно осложнено неприспособленностью прежней системы управления инновациями к новым условиям хозяйствования. Инновационная политика предприятий должна быть направлена на увеличение производства принципиально новых видов продукции и технологий, расширение сбыта отечественных товаров.

Целью инновационной деятельности является повышение эффективности производства, получение преимуществ в конкурентной борьбе и как результат — получение дополнительной прибыли.

В зависимости от инновационной сферы, т. е. сферы деятельности предпринимателей, выделяют инновации в промышленности и в отраслях сферы услуг. В промышленности различают два вида инноваций:

1) *продуктовые*, т. е. реализованные в виде технологически нового или усовершенствованного продукта, чьи характеристики (функциональные признаки, конструктивное выполнение, дополнительные операции, использованные материалы и компоненты) или предполагаемое использование принципиально новые или существенно отличаются от аналогичных, ранее производимых продуктов;

2) *процессные*, т. е. реализованные в виде технологически нового или усовершенствованного производственного метода, например, метода организации производственного процесса.

В сфере услуг инновацией будет считаться услуга, если ее характеристики или способы оказания — новые или качественно усовершенствованные в технологическом отношении. Например, инновациями в сфере услуг будет считаться новая компьютерная система составления маршрута движения транспорта, внедрение пластиковых карт различного назначения, внедрение нового мультимедийного программного обеспечения для целей обучения и др.

Источниками финансирования инновационной деятельности служат:

- ☐ собственные средства организаций, в том числе прибыль, включение затрат в себестоимость выпускаемой продукции, работ, услуг;

- ☐ заемные средства;

- ☐ привлеченные средства, например, полученные от продажи ценных бумаг;

- ☐ средства соответствующего бюджета;

- ☐ средства внебюджетных фондов (Российского фонда технологического развития, фонда конверсии, фонда стабилизации экономики);

- ☐ средства международных организаций

10.2. Субъекты и объекты инновационной деятельности

Субъектами инновационной деятельности могут быть любые субъекты предпринимательской деятельности. По выполняемым

в процессе инновационной деятельности функциям субъекты могут выступать в роли заказчика, исполнителя инновационной программы, потребителей инноваций.

Объектом инновационной деятельности являются все виды новшеств, которые могут быть воплощены в товарах, работах, услугах с тем, чтобы эти продукты могли считаться новыми или усовершенствованными, т. е. приобрели статус инноваций. Объектами инновационной деятельности могут быть: объекты интеллектуальной собственности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы и др.); средства индивидуализации лиц и товаров (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товаров); результаты законченных научно-исследовательских, опытно-конструкторских, технологических работ и экспериментальных разработок и др.

Законодатель дифференцированно подошел к решению вопроса о моменте возникновения и основаниях охраны объектов интеллектуальной собственности и приравненных к ним по правовому режиму средств индивидуализации.

Существуют три системы правовой охраны:

1) *регистрационная система* — действует в отношении тех объектов, у которых на первое место выдвигается содержательный элемент творчества: изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, фирменных наименований, товарных знаков и др. Поскольку это не уникальный результат творчества, он может быть повторен; следовательно, для возникновения правовой охраны необходимо провести экспертизу, издать специальный акт государственного органа (зарегистрировать), выдать правоустанавливающий документ (патент, свидетельство);

2) *созидательная система* — заключается в том, что право на определенные объекты возникает в силу самого факта их создания, придания объективной формы, а правовая охрана — с момента создания. Данная система правовой охраны применяется в отношении объектов авторского права;

3) *система конфиденциальности* — когда основанием охраны является необходимость сохранения объекта в тайне

и защиты от неправомерного вмешательства третьих лиц. Эта система применяется, например, для охраны ноу-хау.

К ноу-хау относится не защищенная охранными документами и не опубликованная полностью или частично техническая, организационная или коммерческая информация, составляющая секрет производства, обладатель которой имеет право на защиту от незаконного использования этой информации третьими лицами.

Опыт развитых стран показал, что “рынок продавца” завершается с развитием рынка новшеств, обновлением технологий и мощностей, производством высококачественной, конкурентоспособной продукции. Объективные закономерности общественного развития подвели к необходимости выходить на рынок с такой продукцией, которую ожидает потенциальный покупатель и которая отвечает его требованиям. В странах с развитыми рыночными отношениями произошла переориентация производства и сбыта новой продукции на удовлетворение нужд и запросов потребителя: на смену “рынку продавца” пришел “рынок покупателя”.

Таким образом, завоевавший свои позиции “рынок покупателя” диктует предпринимателю необходимость производства такой продукции, которую согласен приобретать потенциальный покупатель.

В принятии решений об осуществлении инновационной деятельности предприятий решающую роль играют маркетинговые исследования различных рыночных сегментов, для которых предназначена новая продукция.

Основой для сегментирования рынка является группировка покупателей по различным параметрам, в том числе по потребностям, уровню доходов, возрастным группам, географическому положению, покупательскому отношению, сложившимся традициям и привычкам и др.

Среди основных направлений маркетинговых исследований рынка новшеств должны быть товары, т. е. предлагаемые к приобретению покупателям новые продукты, услуги, технологии, информация или другая инновация. При этом следует

учитывать жизненный цикл инноваций, который представляет собой период времени от зарождения идеи до практического внедрения новшества. Жизненный цикл инноваций охватывает четыре этапа.

На первом этапе осуществляются фундаментальные исследования в научных организациях, в результате которых формируются новые научные познания.

Для второго этапа характерны прикладные и экспериментальные исследования, имеющие практическую направленность. На этом этапе велика вероятность получения отрицательных результатов, поэтому разработки новшеств носят нередко рискованный характер.

На третьем этапе подготавливается конструкторско-технологическая документация, а промежуточные результаты инноваций представляются опытными образцами новых изделий, опытным использованием новых технологий.

Четвертый этап — коммерциализация новшества — продолжается от момента запуска его в производство до появления на рынке в качестве товара.

Жизненный цикл товара завершается исчезновением этого товара с рынков сбыта. Для успешной деятельности предприятия чрезвычайно важно учитывать, в какой стадии жизненного цикла находится производимая продукция, с тем чтобы, упреждая действия конкурентов, осуществить инновации и обеспечить дальнейшее увеличение объема продаж более совершенных моделей или принципиально новых изделий.

Рынок новшеств, который можно рассматривать как своеобразный рыночный сегмент, выполняет ряд функций.

Информационная функция. Рынок сравнивают иногда с гигантским компьютером, который собирает и обрабатывает громадный объем первичной информации о состоянии рыночной среды и выдает обобщенные показатели, необходимые предпринимателю для принятия решений. Примером такой информации могут быть данные о динамике рыночных цен, на основе которой можно сделать выводы о дефиците или излишках определенных видов продукции.

Посредническая функция. В условиях нормальных рыночных отношений и развитой конкуренции потребитель может выбрать приемлемого для него поставщика, а продавец, в свою очередь, — устраивающего его покупателя. Благодаря рынку участники воспроизводственного процесса имеют возможность определить целесообразность и взаимовыгодность экономических и технологических связей между ними.

Ценообразующая функция. В результате взаимодействия продавцов и покупателей рынок устанавливает на товары взаимоприемлемые цены, отражающие общественно необходимые затраты труда и побуждающие производителя новшеств находить пути для снижения издержек производства.

Регулирующая функция. Она считается самой важной и связана с воздействием рынка на такие важнейшие стадии расширенного воспроизводства, как производство, обмен, потребление и накопление. Благодаря регулирующей функции формируется оптимальная структура экономики, развивается конкуренция производителей новшеств.

Санирующая функция. Жесткая конкурентная борьба позволяет экономике избавиться от экономически слабых, хронически “больных”, неперспективных предпринимательских структур и открыть путь высокоэффективным хозяйственным единицам, уделяющим должное внимание инновационной деятельности.

Одной из приоритетных целей большинства стран мира является обеспечение долговременного экономического роста. Имеется в виду производство большего количества и лучшего качества товаров и услуг и, как следствие, более высокий уровень жизни населения.

Экономический рост является результатом успешной деятельности предприятий всех отраслей национальной экономики и зависит в значительной мере от инновационной деятельности предприятий.

В связи с инновациями различают две модели предпринимательства: классическую и инновационную.

Классическая модель — это предпринимательство традиционное, репродуктивное, рутинное. Предприниматель в рамках

такой модели приводит в действие внутренние резервы предприятия для увеличения прибыли, повышения рентабельности. Успех предпринимательства по этой модели часто увязывают с субсидированием, протекционизмом со стороны федерального правительства и региональных органов власти.

Вторая модель представляется *инновационным* (продуктивным) *предпринимательством*. При этом предполагается поиск таких путей развития предприятия, в основу которых положены инновации или новшества, доведенные до стадии конечного использования.

По степени новизны выделяют инновации базисные, улучшающие и псевдоинновации.

Базисные инновации реализуют крупные изобретения и являются основой для формирования новых поколений и направлений развития техники. Улучшающие инновации связаны с внедрением мелких и средних изобретений и преобладают на стадиях распространения и стабильного развития научно-технического цикла. Псевдоинновации направлены на частичное улучшение устаревших видов техники и технологии.

По причинам возникновения инновации делят на два вида: реактивные и стратегические.

Реактивные инновации направлены на выживание фирмы, они появляются как реакция на радикальные инновационные преобразования, осуществляемые конкурентами.

Стратегические инновации носят упреждающий характер и направлены на получение значительных конкурентных преимуществ в перспективе.

Побудительным мотивом развития инноваций на предприятии является стремление снизить издержки предпринимательской деятельности и увеличить массу прибыли в условиях жесткой рыночной конкуренции. В процессе использования устаревших технологий и техники издержки формируются на уровне выше средних и предпринимательство может стать убыточным, если конкуренты сумели найти пути завоевания рынка сбыта на основе снижения издержек производства и низких цен предлагаемых продукции и услуг.

Отсюда у каждого предприятия возникает необходимость создавать конкурентные преимущества, а это возможно осуществить за счет использования такого инструмента, каким являются инновации. При этом чем быстрее осуществляется инновационный процесс, тем больше вероятность успешной деятельности. Обновление продукции, своевременное появление ее на рынке увеличивает вероятность получения добавочной прибыли, которую называют научно-технической рентой.

Таким образом, используя инновации, предприятие снижает издержки, наращивает объемы производства, завоевывает рынки сбыта, увеличивает массу прибыли, способствует повышению эффективности предпринимательства и развитию национальной экономики.

На развитие инновационных процессов влияют различные группы факторов: экономические, технологические, политические, правовые, организационно-управленческие, социально-психологические, культурные. Одни факторы способствуют инновационной деятельности, другие — препятствуют. В группе экономических и технологических факторов положительное влияние на инновационную деятельность предприятия оказывает наличие необходимых финансовых ресурсов, материально-технических средств, прогрессивных технологий, хозяйственной и научно-технической инфраструктуры; препятствуют инновационной деятельности — отсутствие или недостаток средств для инвестиций, слабость материальной и научно-технической базы, преобладание интересов текущего производства и т. д. Аналогичные примеры можно приводить и по другим группам факторов.

Предприятие-инноватор разрабатывает инновационный проект в своих структурных подразделениях или же на основе контракта привлекает организацию, специализирующуюся на инновационном предпринимательстве. В случае осуществления крупных инновационных проектов предпочтителен второй вариант.

Финансирование инноваций осуществляется из тех же источников, что и финансирование любых инвестиций, т. е. само-

финансирование, заемные средства, привлеченные средства, прочие смешанные или нетрадиционные источники, внебюджетные фонды, бюджеты различных уровней.

Основной правовой формой государственного регулирования инновационной деятельности являются правовые акты. Это многочисленные нормативно-правовые акты, регулирующие порядок создания и внедрения инноваций, а также иные акты, нацеленные на создание рыночной инновационной инфраструктуры.

К основным направлениям государственного регулирования инновационной предпринимательской деятельности относятся следующие.

1. Создание специальных структур, проводящих политику в инновационной сфере. Это, например, Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам, Федеральное агентство по науке и инновациям.

2. Создание специальных фондов, образуемых за счет налоговых отчислений и бюджетных ассигнований. Можно назвать Российский фонд фундаментальных исследований, Российский гуманитарный научный фонд.

3. Разработка, реализация, финансирование целевых инновационных программ.

4. Финансирование на возвратной основе, инвестирование бюджетных средств в инновационные проекты, прошедшие конкурсный отбор, через Федеральный фонд производственных инноваций, Российский фонд технологического развития.

5. Установление правил учета, оценки инноваций. Так, п. 5–57 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ определены правила учета и погашения стоимости нематериальных активов организации.

6. Определение порядка ускоренной амортизации отдельных видов имущества. Ускоренная амортизация является способом быстрого накопления амортизационных начислений, повышения возможности списания устаревшего оборудования и замены его новым, что стимулирует вложение средств в инновации.

7. Проведение налоговой политики, направленной на создание благоприятных условий для осуществления инновационной деятельности. Это направление стимулирования инновационной деятельности касается как определения налогооблагаемой базы, так и предоставления льгот при уплате налогов. Так, в соответствии со ст. 262 НК РФ в расходы организаций, связанные с производством и реализацией, разрешено включать расходы на научные исследования и опытно-конструкторские разработки, относящиеся к созданию новой или усовершенствованию производимой продукции (товаров, работ, услуг), в частности расходы на изобретательство. Указанные расходы признаются для целей налогообложения после завершения этих исследований или разработок и подписания сторонами акта сдачи-приемки.

Они равномерно включаются в состав прочих расходов в течение одного года при условии использования указанных исследований и разработок в производстве и (или) при реализации товаров (работ, услуг). Расходы на исследования, не давшие положительного результата, подлежат включению в состав расходов равномерно в течение одного года в размере фактически осуществленных расходов.

8. Страхование финансовых рисков с постепенным расширением перечня страховых рисков, с включением в него технических и других рисков, связанных с реализацией инновационных проектов.

9. Информационное обеспечение инновационной деятельности.

10. Государственная поддержка малого инновационного предпринимательства, в частности, через Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.

Инновационная политика государства является составной частью государственной социально-экономической политики и регулируется Федеральным законом от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ "О науке и государственной научно-технической политике".

10.3. Правовое регулирование инновационной деятельности

Единого законодательного акта, определяющего понятие, виды инноваций, порядок осуществления инновационной деятельности, пока нет. Подзаконными актами разного уровня регулируются отдельные аспекты инновационной деятельности организаций. Например, издан приказ Росстата от 18 августа 2008 г. № 193 “Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации статистического наблюдения за численностью, оплатой и условиями труда, деятельностью, осуществляемой в науке, за 2009 г.”. Велика роль актов Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам.

Правовой базой инновационного процесса в настоящее время является законодательство в области интеллектуальной собственности. Приняты специальные законы, определяющие правовой режим изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, программ для ЭВМ и баз данных, топологий интегральных микросхем, товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров. Правовой режим некоторых объектов инновационной деятельности сформулирован лишь в виде общих понятий нормами общего законодательства (фирменное наименование, коммерческая тайна) или вообще не определен российским законодательством (открытия, рационализаторские предложения).

Инновационные отношения регулируются также международными договорами и соглашениями (Парижская конвенция по охране промышленной собственности, Евразийская патентная конвенция и др.).

Отношения, возникающие в связи с созданием и использованием инноваций в предпринимательской деятельности, опосредуются различными договорами.

Правовые формы создания и реализации инноваций — это различные договоры, которые призваны урегулировать отношения субъектов инновационной деятельности. Перечислим некоторые из них:

□ договор подряда на выполнение проектных и изыскательских работ (параграф 4 гл. 37 ГК РФ). По данному договору подрядчик (проектировщик, изыскатель) обязуется по заданию заказчика разработать техническую документацию и (или) выполнить изыскательские работы, а заказчик обязуется принять и оплатить их результат;

□ договоры на выполнение научно-исследовательских работ, опытно-конструкторских и технологических работ (гл. 38 ГК РФ). По договору на выполнение научно-исследовательских работ исполнитель обязуется провести обусловленные техническим заданием заказчика научные исследования, а по договору на выполнение опытно-конструкторских и технологических работ — разработать образец нового изделия, конструкторскую документацию на него или новую технологию, а заказчик обязуется принять работу и оплатить ее;

□ договоры, направленные на приобретение прогрессивных видов машин, оборудования, установок, прочих основных фондов, необходимых для внедрения новых или усовершенствованных технологических процессов либо для выпуска новой продукции, оказания новых услуг (например, дополнительных формовочных и упаковочных машин). Это могут быть договоры купли-продажи, мены и т. п.;

□ лицензионные договоры. По лицензионному договору патентообладатель (лицензиар) обязуется предоставить право на использование охраняемого объекта промышленной собственности (изобретения, полезной модели, промышленного образца) в объеме, предусмотренном договором, другому лицу (лицензиату), а последний принимает на себя обязанность вносить лицензиару обусловленные договором платежи и осуществлять другие действия, предусмотренные договором;

□ договоры, направленные на приобретение бесплатных лицензий (прав на использование ноу-хау, иных технологий);

□ договоры на приобретение и использование программных средств. Это могут быть программы для ЭВМ и базы данных, языки программирования, издательские системы и графические редакторы и т. д.;

□ договор коммерческой концессии (гл. 54 ГК РФ). По договору коммерческой концессии (франчайзинга) одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю, в том числе право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау);

□ договоры на оказание инжиниринговых услуг, т. е. договоры на оказание инженерно-консультационных услуг по подготовке, техническому обеспечению процесса производства и передаче продукции.

Контрольные вопросы

1. Понятие инноваций, виды инновационной деятельности.
2. Субъекты и объекты инновационной деятельности.
3. Основные направления государственного регулирования инновационной деятельности.
4. Правовое регулирование инновационной деятельности.

Глава 11. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

11.1. Государство как основной элемент политической и экономической системы

Государство — определенный способ организации общества, основной элемент политической системы, организация публичной политической власти, распространяющаяся на все общество, выступающая его официальным представителем и опирающаяся в необходимых случаях на средства и меры принуждения.

Государство — совокупность официальных органов власти (правительство, парламент, суды и т. д.), действующих в масштабах страны или субъектов федерации, либо пользующихся законодательной автономией территориального сообщества с местными агентами этих органов.

Государство как субъект международного права — основной участник международных отношений.

Государство воздействует на экономику посредством законодательных ограничений, налоговой системы, обязательных платежей и отчислений, государственных инвестиций, субсидий, льгот, кредитования, осуществления государственных социальных программ. Во многом ограниченность государственного вмешательства в условиях рыночной экономики обусловлена присущим ей разнообразием форм собственности на средства производства — частной, акционерной, коллективной, включая право собственности на землю. Право собственности обеспечивает относительную независимость собственников от государства и его органов управления.

Отметим, что государственное регулирование экономики может быть направлено как на ограничение или даже на подавление нежелательных для общества видов экономической деятельности, таких, как производство и торговля наркотиками, оружием, так и на поддержку некоторых форм предпринимательства (фермерских хозяйств, малого бизнеса, благотворительной деятельности).

Государственное регулирование экономики ставит своей главной целью соблюдать интересы государства, общества в целом, социально незащищенных слоев населения, не забывая при этом о правах и свободе личности.

Государство следит за тем, чтобы в условиях экономической свободы общественные интересы не были ущемлены устремлениями и интересами отдельных регионов, социальных групп, отраслей, монополий, предпринимателей, частных лиц. Государственное регулирование направлено также на защиту интересов будущих поколений, охрану окружающей среды, предотвращение ее загрязнения, гибели природы.

Существуют разнообразные формы государственного регулирования экономики, из которых мы рассмотрим только самые важные, использование которых в качестве орудия осуществления государственной экономической политики представлено в следующих разделах.

Непосредственное государственное управление рядом отраслей, объектов полностью или частично применяется по отношению к предприятиям, организациям, имеющим жизненно важное значение для экономики и общества, представляющим общественную опасность, нуждающимся в значительной государственной поддержке. К таким объектам относят военные, оборонные, энергетические (в особенности атомная энергетика и объекты единой энергетической системы), заповедники, национальные музеи, природные парки, курорты, полезные ископаемые, водные ресурсы, ряд учреждений науки, культуры, образования, здравоохранения, а также организации, контролирующие и защищающие окружающую среду, охраняющие безопасность, выполняющие другие общегосударственные функции. Подобные

объекты, предприятия, организации чаще всего находятся в государственной или муниципальной собственности.

Налоговое регулирование осуществляется путем установления тех или иных объектов налогообложения, назначения и дифференциации налоговых ставок, введения налоговых льгот, освобождения от налогов. В том же направлении воздействует и введение пошлин, таможенных сборов.

Понятно, что, изменяя в ту или иную сторону налоговое бремя, государство может ускорять или замедлять экономические процессы. В то же время взимание налогов есть главный источник доходов государственного бюджета, финансовая база социальной политики.

Денежно-кредитное регулирование состоит в воздействии государства на денежное обращение и объем денежной массы. Государство через Центральный банк способно регулировать эмиссию и общую денежную массу, устанавливать предельные ставки банковского ссудного процента и влиять на них через учетную ставку, норму резервирования и другие нормативы, устанавливаемые Центральным банком, предоставлять льготные займы, выпускать облигации и другие ценные бумаги. Такое регулирование способно изменять денежные потоки и накопления и тем самым оказывать воздействие на экономические процессы, бороться с высоким уровнем инфляции.

Бюджетное регулирование заключается в том, что государственные органы обладают возможностью распределять средства государственного бюджета по различным направлениям их расходования. При этом одним отраслям, сферам, социальным группам населения могут быть выделены большие бюджетные ассигнования, а другим — меньшие. Кроме того, государство обладает возможностью устанавливать дополнительные, кроме налоговых, платежи в бюджет, регулируя таким образом денежное обращение и денежные накопления. Государственное регулирование затрагивает и установление предельно допустимого дефицита государственного бюджета.

Ценовое регулирование в условиях рыночной экономики заключается в том, что государство может устанавливать предель-

ный уровень цен, запрещая их повышение сверх этого уровня. Ущерб, наносимый продавцам, может быть компенсирован государственными дотациями. В условиях централизованной экономики государство вправе само назначать цены. Иногда ценовое регулирование проявляется в форме установления предельных уровней рентабельности для предприятий-монополистов.

Социальное регулирование со стороны государства направлено на обеспечение социальной справедливости, поддержку социально-экономических интересов страны, повышения эффективности внешнеэкономических связей, обеспечения экономической безопасности.

Как можно видеть из приведенного укрупненного перечня, государственное регулирование экономики распространяет свое влияние на самые разные сферы экономики, экономической жизни. Однако не следует считать, что столь обширное государственное регулирование лишает предприятия, предпринимателей, граждан экономической свободы. В условиях рыночной экономики даже при наличии многочисленных видов и способов государственного регулирования оно носит довольно ограниченный характер. У компаний, предпринимателей, граждан сохраняются значительные возможности самоуправления, сохраняются зоны управленческих воздействий, не затрагиваемые государственным регулированием.

11.2. Этапы государственного регулирования предпринимательства

Государство должно вмешиваться в экономику только в том случае, если имеются на то определенные условия и предпосылки. Они могут быть как позитивными, так и негативными.

Под негативными условиями понимается появление всякого рода отрицательных явлений и тенденций в различных сферах экономики, которые могут негативно повлиять на предпринимательскую деятельность и экономику страны в целом. Эти тенденции и явления очень разнообразны как по сущности, так и по силе негативного их влияния на экономику.

Роль государства заключается в своевременном выявлении этих тенденций и явлений, причин их возникновения и в принятии соответствующих мер по их устранению.

Условиями для вмешательства государства могут быть требования национальной безопасности, социальная напряженность в обществе, негативные явления в экономике (спад производства, инфляция, высокий уровень безработицы, структурная несбалансированность, дефицит бюджета, неконкурентоспособность отечественной продукции на мировом рынке, инвестиционный спад и т. п.), ухудшение состояния окружающей среды и др.

Под предпосылками понимается еще не явное проявление негативных условий и тенденций в экономике и других сферах человеческой деятельности. В этом случае роль государства заключается в социальной защите незащищенных или слабо защищенных слоев населения, создании социальных гарантий, поддержании уровня условий жизни, достойных человека. Социальное регулирование, включая государственное социальное страхование, предусматривает меры, создающие возможность пенсионного обеспечения, помощи инвалидам, детям, другим нуждающимся в содействии группам населения, страхования здоровья и жизни людей. Государство устанавливает минимальный уровень пенсий, пособий, стипендий. Это — одна из самых тяжелых и сложных функций регулирования экономики государством¹. Государство не имеет возможности, да и не призвано создавать социально желаемые условия жизни для всех людей. Оно способно лишь посредством социальной поддержки, системы трансфертов, ограниченного перераспределения национального дохода стремиться не допускать острого социального неравенства, предотвращать социальные конфликты, помогать тем слоям населения, которые лишены возможности обеспечить себя самостоятельно.

Регулирование условий труда, трудовых отношений, оплаты труда обычно осуществляется посредством государственного

¹ См.: *Пелих А. С. и др.* Организация предпринимательской деятельности. — Ростов-н/Д: Март, 2002. — С. 278.

законодательства о труде и занятости. Такое законодательство призвано обеспечить охрану труда, соблюдение трудовых контрактов, минимальную заработную плату, выплату пособий по безработице. Государство также вправе устанавливать тарифы оплаты труда. Оно принимает на себя обучение безработных. Способы и инструменты государственного регулирования труда и занятости подробно рассмотрены в следующем параграфе настоящей главы.

Государственное регулирование охраны и восстановления окружающей среды предусматривает меры по защите природы в виде штрафов и санкций за загрязнение, а также предписаний по осуществлению обязательных природоохранительных мероприятий. Государственные органы устанавливают нормы выделения предприятиями средств на восстановление окружающей среды.

Государственное антимонопольное регулирование направлено на ограничение или даже запрет деятельности предприятий-монополистов, за исключением области естественной монополии. Государственное антимонопольное законодательство предусматривает санкции против монополистов, предотвращает создание условий, способствующих развитию монополизма. В России введен специальный государственный реестр предприятий-монополистов.

Государственное внешнеэкономическое регулирование — это обширный спектр мер и инструментов государственного воздействия на структуру экспорта и импорта, процессы внешней торговли, контроль за товарными потоками, пересекающими государственную границу, движение капитала в страну и из страны, валютный обмен. Такое регулирование преследует цели отстаивания государственных интересов, своевременного выявления и устранения этих предпосылок. Это самый лучший вариант, так как государство с наименьшими усилиями и средствами устраняет возможность появления негативных явлений для развития предпринимательства и экономики страны.

Под позитивными условиями понимается появление всякого рода положительных явлений и тенденций в различных сферах

экономики. Роль государства в этом случае заключается в своевременном их выявлении и принятии определенных мер по их поддержанию.

Знание условий и предпосылок еще недостаточно для государственного вмешательства; государство должно знать их критерии, т. е. признаки, на основании которых можно было бы произвести оценку их качественного состояния.

Безработица. Она является неотъемлемым элементом рыночной экономики. Определенный ее уровень — 4–6% численности рабочей силы — считается нормальным, или оправданным, и называется естественным уровнем безработицы. Естественной считается фрикционная, или структурная, безработица. Эта безработица связана с поиском более выгодной работы, с сезонными перерывами, а также с изменением спроса на те или иные профессии.

Поэтому государство должно вмешиваться в регулирование безработицы только в том случае, если она начинает превышать ее естественный уровень (4–6%), т. е. когда начинается так называемая циклическая безработица, связанная со спадом производства. Таким образом, критерием для безработицы является ее уровень, скорректированный на уровень естественной безработицы.

Инфляция. Как известно, инфляция — это повышение общего уровня цен на товары и услуги, и это явление более сложное, чем безработица. Инфляция характерна для всех стран мира, так как цены на товары и услуги не являются постоянными величинами, а все время находятся в движении. Поэтому до определенного ее уровня она не представляет серьезной опасности. Выше этого уровня инфляция может принести много бед для экономики и общества в целом. Поэтому государство должно отслеживать этот процесс, чтобы инфляция не могла выйти из-под его контроля. Меры, принимаемые государством, зависят от уровня инфляции. Исходя из этого критерия различают умеренную, галопирующую и гиперинфляцию. Умеренной считается инфляция, когда цены растут менее чем на 10% в год, галопирующая инфляция характеризуется ростом цен в интер-

вале от 20 до 200% в год, а при гиперинфляции цены растут еще быстрее. Противoinфляционные меры государства зависят от уровня инфляции и причин, ее породивших.

Исходя из этого, различают два типа инфляции:

- 1) инфляция спроса;
- 2) инфляция, вызванная ростом издержек производства или уменьшением совокупного предложения. Каждая из них имеет свои особенности, и поэтому “лекарства” для ее лечения тоже свои.

Дефицит бюджета. Бюджетный дефицит — это превышение расходов государства над его доходами. Государство должно стремиться, как показывает опыт разных стран, не к сбалансированности бюджета, а к тому, чтобы его дефицит не превышал определенной величины. В качестве этого критерия выступает доля дефицита в валовом национальном продукте или в валовом внутреннем продукте. Поэтому задача государства заключается в том, чтобы не превысить заранее определенной и допустимой величины этого критерия.

Существующая ныне система государственного регулирования экономики сложилась не сразу. В процессе своего развития она прошла несколько этапов.

Первый этап. Создание общих благоприятных условий для воспроизводства частного капитала; сосредоточение усилий государства на разработке трудового, налогового, торгового, социального законодательства, таможенной политики, на обеспечении устойчивости денег. Строительство и приобретение объектов в сырьевых и инфраструктурных отраслях.

Второй этап. Несогласованные между собой акции антикризисной и структурной направленности, попытки воздействовать на занятость и цены.

Третий этап. Эксперименты с использованием денежно-кредитных и бюджетных средств регулирования хозяйства. Волна приватизации объектов государственной собственности.

Четвертый этап. Переход в ряде стран к отраслевому и региональному среднесрочному программированию; попытки повысить действенность государственного регулирования эконо-

мики путем изучения совместимости и взаимозаменяемости инструментов регулирования, определения их эффективности.

Пятый этап. Осуществление во все большем числе развитых стран общегосударственного среднесрочного программирования в сочетании с выработкой долгосрочных перспективных ориентиров. Все более адресное, дозированное и комплексное использование инструментов регулирования.

Шестой этап. Меры по согласованию общегосударственных среднесрочных программ на межгосударственном уровне в рамках интеграционных объединений; шаги в направлении наднационального программирования в ЕС.

На масштабы, инструменты и эффективность государственного регулирования экономики решающее воздействие оказывали задачи, встававшие перед экономикой отдельных стран, материальные возможности государства, отраженные в доле перераспределяемого им ВВП и в абсолютных размерах средств, которые оно готово использовать на государственное регулирование экономики, накапливаемый опыт и успехи в научных разработках проблем государственной экономической политики в условиях рыночного хозяйства. Споры между неокейнсианцами и неолибералами позволили яснее понять степень необходимости, пределы допустимости, условия и средства государственного регулирования. Наряду с общетеоретическими работами со второй половины 60-х гг. XX в. в развитых странах стало публиковаться все больше конкретных прикладных исследований, посвященных количественному анализу последствий мер регулирования. Активизировалось и сотрудничество ученых с правительственными органами, ответственными за принятие экономико-политических решений.

Характер и направления научных исследований в области государственного регулирования за последние три-четыре десятилетия претерпели существенные изменения. Если в начале и середине 50-х гг. XX в. обсуждался вопрос: "Регулировать или не регулировать экономику?", то позднее: "Какова должна быть степень этого регулирования?", а затем: "С какими целями, в каких направлениях и какими средствами надо регулировать?"

Активизация сторонников монетаристской концепции привела к изменениям в арсеналах государственного регулирования экономики, но не отменила общих тенденций регулирования.

Однако возможности государственного регулирования экономики не безграничны. Экономической основой является часть ВВП, перераспределяемая через государственный бюджет и внебюджетные фонды, и государственная собственность. Эффективность государственной экономической политики при прочих равных условиях тем, как правило, выше, чем выше государственные доходы, чем большая доля ВВП перераспределяется государством, чем большую роль в экономике играет государственный сектор. Но у государственных доходов и у государственного сектора есть относительные границы роста.

11.3. Функции и методы регулирования предпринимательской деятельности

Государство осуществляет следующие функции по регулированию предпринимательской деятельности.

1. Создает правовое поле для развития предпринимательства: разрабатывает необходимые законы и нормативные акты, определяет права собственности, а также обеспечивает контроль качества предпринимательской продукции.

2. Обеспечивает надлежащий правопорядок в стране и ее национальную безопасность, а также безопасность осуществления предпринимательской деятельности.

3. Стабилизирует экономическое развитие посредством проведения соответствующей экономической политики.

4. Обеспечивает социальную защиту и выдает социальные гарантии наемным работникам путем установления минимальной заработной платы, пенсий по старости и инвалидности, пособий по безработице, оказания помощи малоимущим, индексации доходов населения в связи с инфляцией.

5. Принимает меры по защите конкуренции и ограничению монополии.

6. Разрабатывает и реализует программы по поддержке предпринимательской деятельности.

7. Организует и контролирует выполнение действующего законодательства в области налогообложения, банковской системы.

Условия вмешательства государства в предпринимательскую деятельность могут быть негативными и позитивными.

1. *Негативные условия* — это условия проявления отрицательных тенденций в различных сферах экономики, которые негативно влияют на предпринимательскую деятельность. Например, социальная напряженность в обществе, угроза национальной безопасности и ухудшения состояния окружающей среды, инфляция, безработица, дефицит бюджета, неконкурентоспособность отечественной продукции на мировом рынке, инвестиционный крах, спад производства и т. д.

Роль государства в этом случае заключается в выявлении негативных тенденций и принятии мер по их устранению.

2. *Позитивные условия* — проявление положительных тенденций. Роль государства здесь видится в их своевременном выявлении и поддержке.

Методы государственного воздействия на предпринимательскую деятельность представлены на рисунке.



**Методы государственного воздействия
на предпринимательскую деятельность**

1. *Экономические методы:*

- ☐ налогообложение;
- ☐ перераспределение доходов и ресурсов;
- ☐ ценообразование;
- ☐ кредитно-финансовые механизмы;
- ☐ осуществление государственной предпринимательской

деятельности.

2. *Административные методы.*

- ☐ принятие и корректировка законодательства;
- ☐ контроль за его соблюдением.

Эти методы используются только в том случае, когда экономические неэффективны или неприемлемы.

Проведение *экономической политики* включает:

1) *фискальную (бюджетную) политику* — регулирование государственным бюджетом и налогообложением. Она проводится с помощью следующих средств:

- ☐ в период спада производства осуществляется финансирование общественных работ, государственных программ по поддержанию отраслей и форм;

- ☐ в период подъема уменьшаются размеры налогов, взимаемых с населения и предприятий, что ведет к повышению платежеспособного спроса и возможностей для инвестирования у предприятий, а следовательно, и к оживлению экономики;

- ☐ разрабатывается гибкая система налогообложения, предусматривающая возможность получения льгот для предприятий, функционирующих в желательных для государства сферах экономики; льгот для малых предприятий, а также предприятий, осуществляющих реконструкцию, техническое перевооружение или расширение действующего производства;

2) *кредитно-денежную политику* — целенаправленное управление со стороны государства банковским процентом, денежной массой и кредитами, которые, в свою очередь, воздействуют на потребительский и инвестиционный спрос.

Эта политика проявляется в том, что Центральный банк РФ, являясь исполнителем государственной политики, соответствующим образом воздействует на коммерческие банки, нормируя обязательные резервы, и тем самым стимулирует выдачу кредитов.

В качестве другого экономического регулятора государство использует свое право покупки и продажи ценных бумаг, таким образом влияя на экономический рост и инфляцию, так как покупка ведет к увеличению денежной массы, а продажа — к ее снижению;

3) *научно-техническую политику* — обеспечение комплексного развития науки и техники, которая предусматривает выбор приоритетных направлений в развитии науки и техники, государственную поддержку их развития путем финансирования, осуществление прогрессивной амортизационной и инвестиционной политики, совершенствование системы оплаты труда научных работников, участие в международном научно-техническом сотрудничестве и др.;

4) *амортизационную политику* — определение норм амортизации, порядка ее исчисления и использования;

5) *инвестиционную политику* — регулирование темпов роста производства, ускорение НТП, изменение отраслевой структуры экономики. Основная задача — освобождение государства от функции основного инвестора и создание условий для привлечения частных инвестиций в экономику;

6) *осуществление государственного предпринимательства* — участие государственных предприятий в производстве и сбыте товаров и услуг;

7) *индикативное прогнозирование и планирование, регулирование экономическим развитием*. Оно основано на результатах анализа развития экономики, исходя из имеющихся ресурсов. Результатом его являются такие основные макроэкономические плановые показатели, как темпы роста валового национального продукта и национального дохода, уровни инфляции, безработицы, минимальной заработной платы труда, процентные ставки кредитов и другие, а также определение способов их достижения и регулирования в случае невыполнения плана;

8) *ценовую политику* — регулирование цен на важнейшие товары и услуги первой необходимости, на продукцию монополистов с помощью определения предельных или фиксированных цен, предельных коэффициентов изменения цен, предельных уровней рентабельности;

9) *внешнеэкономическую и социальную политику* — обеспечение условий для притока иностранных инвестиций и свободного выхода отечественных предпринимателей на мировой рынок с помощью таможенных тарифов, протекционизма, принятия соответствующих законов.

11.4. Государственное регулирование занятости населения

Комплекс мероприятий, осуществляемых сетью специальных государственных учреждений в целях поддержания занятости, повышения мобильности рабочих сил, включающих создание рабочих мест, принятие мер по повышению возможностей людей получить и сохранить работу, является государственным регулированием рынка труда.

Цель государственного регулирования на рынке труда заключается в том, чтобы достичь приближения к количественному и качественному равновесию спроса и предложения рабочей силы. Ее достижение обеспечивают следующие органы:

- ☐ Федеральная служба по труду и занятости;
- ☐ Федеральная миграционная служба;
- ☐ учебные заведения;
- ☐ коммерческие агентства по трудоустройству.

Все мероприятия, проводимые государством в области занятости, можно объединить в два направления в зависимости от степени активности по отношению к экономическим реформам.

1. *Пассивная политика* нацелена на решение социальных проблем, возникших в связи с реформами. В рамках этой политики осуществляются такие мероприятия:

- ☐ субсидирование занятости в частном секторе экономики;
- ☐ поддержка безработных, открывающих собственное дело;
- ☐ выделение средств из фонда занятости предприятиям для создания рабочих мест;
- ☐ выделение субвенций на создание дополнительных рабочих мест в районах, где сложилась чрезвычайная ситуация на рынке труда;
- ☐ сохранение социально значимых рабочих мест на предприятиях, испытывающих временные трудности из-за разрыва хозяйственных связей;

□ оформление досрочного выхода на пенсию при наличии обязательного трудового стажа, дающего право на получение пенсии в полном размере, но не ранее чем за два года до установленного законодательством срока выхода на пенсию;

□ социальная защита: выплата пособий по безработице, установление минимального размера заработной платы, индексация доходов населения, развертывание системы переобучения безработных;

□ квотирование рабочих мест;

□ разработка и внедрение программ организации общественных работ.

2. *Активная политика* занятости стимулирует продвижение реформ. Приоритетными направлениями являются:

□ содействие в трудоустройстве квалифицированных специалистов, создание многофункциональных бирж труда для различных профессиональных групп;

□ профессиональное обучение и консультирование, техническое перевооружение служб занятости на базе единой системы информационного обеспечения;

□ использование гибких форм занятости;

□ льготное кредитование;

□ сохранение экономически целесообразных рабочих мест на предприятиях, испытывающих временные трудности из-за разрыва хозяйственных связей;

□ введение правовых норм и экономических мер поощрения работодателей, расширяющих возможности для занятости (освобождение от налога на прибыль, направляемую на капиталовложения; налоговые льготы предприятиям, увеличивающим объем производства);

□ организация ярмарок вакансий;

□ разработка мер поддержки малого бизнеса (налоговые льготы, обеспечение выгодных кредитных ставок и сроков кредитования, страхование риска и т. д.).

Формой реализации процессов, происходящих на рынке труда, является занятость населения. Согласно Закону РФ от 19 апреля 1991 г. № 1032-1 «О занятости населения в Российской

Федерации” **занятость** — это деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству и приносящая заработок (трудовой доход).

Занятыми согласно ст. 2 Закона РФ “О занятости населения в Российской Федерации” считаются трудоспособные граждане:

- работающие по трудовому договору, в том числе выполняющие работу за вознаграждение на условиях полного либо неполного рабочего времени, а также имеющие иную оплачиваемую работу (службу), включая сезонные, временные работы, за исключением общественных работ (кроме граждан, участвующих в общественных работах и указанных в п. 3 ст. 4 Закона РФ “О занятости населения”);

- зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей;

- занятые в подсобных промыслах и реализующие продукцию по договорам;

- выполняющие работы по договорам гражданско-правового характера, предметами которых являются выполнение работ и оказание услуг, в том числе по договорам, заключенным с индивидуальными предпринимателями, авторским договорам, а также являющиеся членами производственных кооперативов (артелей);

- избранные, назначенные или утвержденные на оплачиваемую должность;

- проходящие военную службу, альтернативную гражданскую службу, а также службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы;

- проходящие очный курс обучения в общеобразовательных учреждениях, учреждениях начального профессионального, среднего профессионального и высшего профессионального образования и других образовательных учреждениях, включая обучение по направлению государственной службы занятости населения (далее — органы службы занятости) и т. д.

Таким образом, государственная политика в области занятости в России призвана охватывать регулирование заработной платы, стимулирование создания новых рабочих мест и развития предпринимательства, оказание помощи безработным в организации собственного дела, создание сети предприятий защищенной занятости для инвалидов, организацию переподготовки работников, организацию общественных работ, выплату пособий по безработице.

11.5. Государственное регулирование ценообразования в России

Вопросы регулирования ценообразования в условиях рыночной экономики постоянно являются предметом научных дискуссий и острых политических споров. Всеми признано, что государство должно регулировать процесс ценообразования. Однако мнения как ученых, так и политиков относительно масштабов, форм государственного регулирования цен существенно расходятся. В соответствии со сложившейся терминологией те, кто считает допустимым лишь минимальное вмешательство в этот процесс государства, называются “либералами” (придерживающиеся либеральных взглядов ученые и политики). Те же, кто настаивает на необходимости более широкого участия государства в формировании цен, обычно называются “консерваторами”.

Либералы рассматривают рыночную экономику в основном как самонастраивающуюся систему, которая может эффективно функционировать при минимальном вмешательстве государства. Консерваторы со времен Кейнса видят возможности решения экономических проблем (таких, как нарушение стабильности экономического роста, повышение уровня безработицы, рост цен (инфляция), нарушение равновесия платежного баланса) в применении соответствующих мер со стороны государства. Либералы, наоборот, часто связывают негативные явления в функционировании рыночной экономики с чрезмерным вмешательством государства в экономические процессы и ограниче-

нием возможностей саморегулирования рыночной экономики. В различных странах с развитой рыночной экономикой преобладает то одно, то другое научное течение, то одна, то другая государственная политика. И все же можно утверждать, что мир движется в направлении усиления государственного регулирования экономики. К этому общество подталкивает тот факт, что рыночная экономика не в состоянии эффективно решать целый ряд жизненно важных социальных вопросов на основе присущих ей стихийно действующих экономических законов.

Одной из важнейших форм государственного регулирования экономической жизни стало воздействие государства на процессы ценообразования. Роль и значение именно этой формы государственного регулирования экономической жизни общества в странах с развитой рыночной экономикой в течение последних десятилетий возрастают. Практика выработала целый ряд методов регулирования цен. Обычно выделяют методы прямого и косвенного регулирования цен.

К *прямым* методам регулирования цен следует относить:

- ☐ административное установление уровня цены;
- ☐ запретительные меры, направленные на недопущение роста цен сверх определенного уровня ("замораживание" цен);
- ☐ установление предельного уровня цен, выше которого цены не должны подниматься;
- ☐ регламентирование уровня рентабельности, торговой надбавки.

К *косвенным* методам регулирования цен можно отнести:

- ☐ систему налогообложения;
 - ☐ регламентирование состава затрат, включаемых в себестоимость;
 - ☐ запретительные меры, направленные против монополистической деятельности, на поддержку добросовестной конкуренции;
 - ☐ установление правил, по которым устанавливаются цены.
- Соотношение использования методов прямого и косвенного регулирования в определенной мере характеризует степень воздействия государства на ценообразование.

В России в период становления рыночной экономики бразды правления оказались в руках политиков, придерживающихся либеральных взглядов. Руководство экономикой возглавили экономисты-либералы, в результате чего был принят курс на минимальное вмешательство государства в хозяйственную жизнь в целом и в процесс ценообразования в частности. Одним из проявлений этого курса стал Указ Президента РФ от 3 декабря 1991 г. № 297 “О мерах по либерализации цен”, в соответствии с которым был осуществлен начиная с 1 января 1992 г. переход на применение в основном свободных (рыночных) цен и тарифов, складывающихся на рынке в зависимости от спроса и предложения. Как отмечалось в Указе, таким образом должны формироваться цены на продукцию производственно-технического назначения, товары народного потребления, работы и услуги.

Затем последовал Указ Президента РФ “О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)” от 28 февраля 1995 г. № 221, на основании которого было принято постановление Правительства от 7 марта 1995 г. № 239. Этим постановлением были утверждены:

- перечень продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, государственное регулирование цен (тарифов) на которые осуществляют Правительство Российской Федерации и федеральные органы исполнительной власти;

- перечень продукции, государственное регулирование цен на которую осуществляют органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации;

- перечень услуг транспортных, снабженческо-сбытовых и торговых организаций, по которым органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации предоставляется право вводить государственное регулирование тарифов и надбавок.

Согласно постановлению в отношении остальных видов продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг не должно применяться “государственное регулирование цен (тарифов, надбавок) для всех хозяйствующих субъектов, независимо от их организационно-

правовых форм и ведомственной принадлежности, осуществляемое путем установления фиксированных цен, надбавок, предельных коэффициентов изменения цен, предельного уровня рентабельности, декларирования повышения цен”.

Однако это не означает, что государство полностью устранилось от регулирования цен.

В соответствии с Указом Президента РФ от 28 февраля 1995 г. № 221 государственное регулирование цен (тарифов) должно осуществляться “в основном только на продукцию естественных монополий”. Но продукция естественных монополий не является единственным объектом, формирование цен на которую осуществляется при регулирующем воздействии государства.

Помимо естественных монополий существуют хозяйствующие субъекты, которые занимают монопольное положение на рынке определенного товара и могут пытаться (вопреки закону) злоупотреблять своим монопольным положением и устанавливать монопольно высокие (монопольно низкие) цены на свою продукцию. Государство в этом случае осуществляет контроль за ценами, применяемыми этими хозяйствующими субъектами, не допуская нарушения принципа свободной конкуренции.

Кроме того, государство оказывает воздействие на формирование цен на некоторые товары, которые не являются продукцией хозяйствующих субъектов — монополистов.

И, наконец, государство в лице своих налоговых органов контролирует соблюдение принципов свободного ценообразования при определении цен товаров или услуг для целей налогообложения. В различных случаях используются разные методы воздействия государства на процесс ценообразования: прямое установление цен, анализ цен, используемых хозяйствующими субъектами, выявление и пресечение случаев применения монопольных цен, введение государственной регистрации цен, контроль за ценами, указываемыми хозяйствующими субъектами при налогообложении, и др.

Федеральный уровень государственного регулирования предпринимательской деятельности занимает центральное место среди выделенных нами уровней правового воздействия.

Это происходит потому, что правовое регулирование предпринимательской деятельности отнесено в целом к компетенции России. Использовать тем не менее только федеральные рычаги воздействия принципиально нельзя. Необходимость интеграции нашей страны в мировое сообщество предопределяет активное применение международно-правовых норм. Федеративное устройство страны, ее огромная территория, наличие различных природных, социальных и иных условий осуществления предпринимательской деятельности требуют регламентации ряда экономических отношений с регионами. Признание самостоятельности муниципальных образований также предполагает самостоятельность этих образований в решении вопросов использования собственного имущества. Но тем не менее основная часть норм, регулирующих предпринимательскую деятельность, содержится в федеральном законодательстве. Основная причина этого, очевидно, в необходимости организации функционирования единого российского рынка, наделения всех субъектов предпринимательской деятельности равными правами, координация экономического развития в масштабах всей страны.

Значение Конституции РФ для правового регулирования предпринимательской деятельности состоит в том, что, во-первых, она устанавливает основы правовой и экономической системы России и, во-вторых, определяет компетенцию Федерации в экономической сфере. В ст. 8 Конституции РФ устанавливается, что в РФ гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности. Статья 34 гласит, что каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Статья 35 определяет, что право частной собственности охраняется законом. Каждый вправе иметь имущество в собственности, владеть, пользоваться и распоряжаться им как единолично, так и совместно с другими

лицами. Никто не может быть лишен своего имущества иначе, как по решению суда. В соответствии со ст. 74 Конституции РФ на территории РФ не допускается установление таможенных границ, пошлин, сборов и каких-либо иных препятствий для свободного перемещения товаров, услуг и финансовых средств. Ограничения перемещения товаров и услуг могут вводиться в соответствии с федеральным законом, если это необходимо для обеспечения безопасности, защиты жизни и здоровья людей, охраны природы и культурных ценностей. В ст. 75 устанавливается, что денежной единицей в РФ является рубль. Денежная эмиссия осуществляется исключительно Центральным банком РФ. Эти конституционные нормы представляют собой основу для развития частного права и правового регулирования предпринимательской деятельности.

Статья 71 Конституции РФ определяет предметы ведения Федерации. Отметим пункты этой статьи, имеющие отношение к регламентации предпринимательской деятельности. В ведении РФ находятся:

- установление системы федеральных органов законодательной, исполнительной и судебной власти, порядка их организации и деятельности; формирование федеральных органов государственной власти;

- федеральная государственная собственность и управление ею;

- установление правовых основ единого рынка; финансовое, валютное, кредитное, таможенное регулирование, денежная эмиссия, основы ценовой политики; федеральные экономические службы, включая федеральные банки;

- федеральный бюджет; федеральные налоги и сборы; федеральные фонды регионального развития;

- федеральные энергетические системы, ядерная энергетика, расщепляющиеся материалы; федеральные транспорт, пути сообщения, информация и связь; деятельность в космосе;

- внешнеэкономические отношения Российской Федерации;

□ гражданское, гражданско-процессуальное и арбитражно-процессуальное законодательство; правовое регулирование интеллектуальной собственности;

□ стандарты, эталоны, официальный статистический и бухгалтерский учет.

Цели государственного регулирования предпринимательской деятельности на федеральном уровне следующие:

□ защита публичных интересов;

□ определение круга субъектов и объектов прав предпринимателя;

□ определение общего объема правомочий предпринимателей;

□ определение оптимальных пределов публично-правовых начал в регулировании предпринимательских правоотношений;

□ установление основ ответственности предпринимателя;

□ предотвращение злоупотребления правом;

□ минимизация предпринимательского риска;

□ закрепление юридического равенства экономически неравных лиц;

□ защита рыночной конкурентной среды¹;

□ идентификация реальных рыночных структур и идеальных правовых и экономических моделей.

Эти цели должны достигаться нормами и иными средствами национального права России. Для обеспечения выхода российских субъектов на международный уровень с целью осуществления частной предпринимательской деятельности и государственного предпринимательства необходимо иметь развитую систему внутреннего права, в которой решение поставленных задач обеспечивается частно-правовыми и публично-правовыми средствами. Кроме того, на международном уровне пока отсутствуют реальные властные органы, способные координировать разрешение обозначенных задач в рамках всего мирового сообщества. Реализация задач на региональном и муниципальном

¹ СЗ РФ. — 1996. — № 48. — Ст. 5369.

уровнях нецелесообразна, так как поставленные задачи могут быть решены только на макроэкономическом уровне.

11.6. Государственное регулирование предпринимательской деятельности на региональном уровне

Под региональным уровнем правового регулирования предпринимательской деятельности мы понимаем прежде всего уровень нормотворчества и реализации права субъектов РФ. Также будет затронут вопрос о возможности регулирования предпринимательской деятельности муниципальными структурами.

Необходимость регулирования на региональном уровне вызвана рядом обстоятельств. Во-первых, как с точки зрения экономики, так и с точки зрения права (например, для эффективности права реализации) необходимо учитывать местные условия — природные (наличие полезных ископаемых, условия для проложения транспортных коммуникаций, климатические условия), социальные (трудовые ресурсы, их квалификация, общий уровень жизни), экономическое развитие территории, удаленность от регионов — экономических партнеров и т. д. Во-вторых, сама федеративная модель построения государства предполагает наличие определенных прав по регламентации экономических отношений субъектами Федерации.

Нужно подчеркнуть, что не всегда регулирование предпринимательской деятельности в регионах связано с применением норм субъектов РФ. Многие нормы могут издаваться и федеральными органами. Кроме того, ряд территорий со спецификой правового регулирования не представляет собой субъекта РФ, например, районы Севера. Чаще всего правовой статус подобных территорий определяется нормативно-правовыми актами федерального уровня.

Как уже было отмечено, гражданское законодательство и установление правовых основ единого рынка отнесены к федеральному ведению.

Статья 72 Конституции РФ устанавливает, что в совместном ведении РФ и ее субъектов в экономической сфере находятся:

- вопросы владения, пользования и распоряжения землей, недрами, водными и другими природными ресурсами;
- разграничение государственной собственности;
- установление общих принципов налогообложения и сборов в Российской Федерации;
- административное, административно-процессуальное, трудовое, семейное, жилищное, земельное, водное, лесное, законодательство о недрах, об охране окружающей среды;
- координация международных и внешнеэкономических связей субъектов РФ, выполнение международных договоров РФ.

В ст. 132 Конституции РФ устанавливается, что органы местного самоуправления самостоятельно управляют муниципальной собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы, осуществляют охрану общественного порядка, а также решают иные вопросы местного значения.

Первым законом в области организации местного самоуправления был Закон РФ от 6 июля 1991 г. № 1550-1 “О местном самоуправлении в Российской Федерации”, который затем утратил силу в связи с принятием Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ “Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации”. В ст. 49, 50 Закона представлена экономическая основа местного самоуправления.

Таким образом, можно констатировать, что правовое положение местных органов власти устанавливается федеральным законодательством. Органы местного самоуправления не осуществляют правового регулирования предпринимательской деятельности. Их полномочия в основном сводятся к управлению муниципальным имуществом.

11.7. Государство как собственник и активный субъект рынка

Государство призвано выполнять прежде всего свою главную функцию — быть политическим организатором социума, т. е. всех социальных, и прежде всего экономических, отношений. Однако во многих странах кроме этой своей главной функции государство само является активным субъектом рынка, т. е. выступает собственником, активно участвующим в рыночных отношениях на основе свободно заключаемых договоров купли-продажи контрактов, госзаказов и др., и тем самым воздействует на рынок, на его цены, соотношение спроса и предложения, использование ресурсов и т. п. Государство в различных странах выступает активным продавцом и покупателем различных объектов, выступая на рынке как собственник разнообразных средств, прежде всего движимого и недвижимого имущества.

Страны мира отличаются многообразием государственной собственности. Эти отличия вызваны историческим происхождением, источниками формирования, способами огосударствления, характером управления, правовым статусом, ролью в экономике. Государственная собственность появилась со времени зарождения самого государства. В капиталистических странах значительная часть государственной собственности была унаследована от феодализма (мануфактуры, рудники, крупные заводы). Сейчас расширение государственной собственности происходит за счет нового строительства, выкупа некоторых объектов у частных предпринимателей или акционерных обществ, принудительной или добровольной национализации с возмещением потерь, конфискации, секвестризации (изъятие или запрещение пользования и распоряжения имуществом).

Аккумулируя огромные средства в бюджете, современные государства часто выступают в роли кредиторов коммерческих банков, частных фирм и компаний, а нередко государство само является заемщиком, оказывая через кредитную систему активное воздействие на денежное обращение, инвестиционную политику и другие рыночные отношения.

Активное воздействие на рынок оказывают проводимые во многих странах мероприятия по *приватизации и деэгатизации государственной собственности*. Как свидетельствует опыт многих стран, приватизация и деэгатизация (разгосударствление) проводятся, как правило, на основе четкого определения целей и задач этих мероприятий. Такими целями обычно являются: 1) сокращение государственных расходов на содержание убыточных предприятий (Англия, Франция); 2) создание благоприятной конкурентной среды (Япония, США); 3) восстановление социальной справедливости на основе возврата имущества пострадавшим от несправедливой национализации, конфискации или секвестризации (Чехословакия, ФРГ, КНР и др.).

Наибольшее воздействие на рынок приватизация и деэгатизация оказывают в том случае, когда направлены на создание в экономике наиболее благоприятной конкурентной среды. В Японии в первые послевоенные годы принудительному дроблению в целях расширения конкуренции были подвергнуты даже частные могущественные монополии, которые разбивались на несколько десятков самостоятельных предприятий. Аналогичные меры проводились в США, Англии и в других странах. Так, в соответствии с антитрестовским законодательством в 1984 г. в США от крупнейшей компании "АТТ" ("Американ телефон энд телеграф") были отделены 22 региональные телефонные компании, что значительно подорвало монополию "АТТ" в обслуживании континентальных телефонных линий.

Разгосударствление (деэгатизация) может осуществляться в различных формах:

- 1) приватизации — передача государственной собственности в частную за плату;
- 2) возврата имущества, в том числе отдельных предприятий, бывшим владельцам (собственникам);
- 3) выкупа предприятий трудовым коллективом, в том числе в рассрочку;
- 4) аренды, в том числе с последующим выкупом;
- 5) образования смешанных государственно-частных предприятий.

Контрольные вопросы

1. Государство как основной элемент политической и экономической системы.
2. Основные этапы государственного регулирования предпринимательства.
3. Характеристика функций и методов регулирования предпринимательской деятельности.
4. Государственное регулирование рынка труда.
5. Порядок регулирования ценообразования в условиях рыночной экономики государством.
6. Особенности государственного регулирования предпринимательской деятельности на региональном уровне.
7. Характеристика государственной собственности как активного субъекта рынка недвижимости.

Глава 12. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

12.1. Малый бизнес как основная форма предпринимательства в условиях переходного периода

Согласно действующему в России законодательству, к малым предприятиям (МП) относятся вновь создаваемые и действующие предприятия, у которых показатели средней численности работающих не превышают обозначенного уровня. Этот уровень может изменяться. Так, после 1995 г. по промышленности, строительству и научному обслуживанию произошло снижение ценза, а по торговле и прочим отраслям непродовольственной сферы — его повышение, в результате чего определение МП по его количественным параметрам приблизилось к европейским стандартам. С этого времени границы численности работающих на малых предприятиях составляют: в промышленности и строительстве — не более 100 человек, в науке и научном обслуживании — 60, в розничной торговле и бытовом обслуживании — 30, в общественном питании и в отраслях непроизводственной сферы — 50 человек.

Предприятия, осуществляющие несколько видов хозяйственной деятельности, относятся к малым по тому виду деятельности, продукция которой занимает наибольшую долю в объеме реализации.

В международной статистике выделяются также мини-предприятия (до 10 человек) и средние предприятия (100–200 человек).

Данная сфера, объединяющая малые и средние предприятия различных отраслей, получила в мировой, а теперь и в нашей хозяйственной практике общее название — *малый бизнес* (МБ). К сфере МБ относятся теперь также и такие формы предпринимательской деятельности, которые раньше юридически и формально к ним не относились: фермерское хозяйство, личная трудовая деятельность, “челночный” бизнес и т. д. Эти виды деятельности обычно характеризуются термином *индивидуальное частное предпринимательство*.

Следует отметить, что в настоящее время в экономической литературе не существует единого строгого и устоявшегося определения малого предприятия. По мнению ряда авторов, такое определение всегда должно быть увязано с конкретной задачей исследования, масштабами страны, сферой производства и т. д., иначе говоря, раскрываться по контексту¹.

Существуют три основных подхода к определению этого понятия: количественный; качественный; комбинированный.

При *количественном подходе* используются числовые показатели, обычно применяющиеся в статистической отчетности и экономическом анализе. Известны определения, использующие только один количественный критерий (примером такого подхода является вышеприведенное определение МП по критерию численности работающих), но может быть использована также и совокупность критериев, как это делается в определении Европейского союза.

Конечно же, определение МП, опирающееся лишь на один количественный показатель — численность работающих, — является односторонним. Этот показатель не полностью отражает существо дела. Так, технически высоко оснащенное предприятие с малой численностью работающих (например, конвейерное производство, заводы-автоматы) может в соответствии с этим определением попасть в разряд МП, хотя по показателю объемов производства оно соответствует категории крупного предпри-

¹ См.: Крейнер Г. Б. и др. Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. — М.: Наука, 2002. — С. 128, 166.

ятия. Представляется вполне оправданной постановка вопроса о том, чтобы критерий численности работников учитывался в сочетании с другими показателями, например стоимостью оборудования или размером капитала и т. п., что соответствует принятым международным стандартам; определение ЕС основывается на двух критериях: численности занятых и годовом обороте.

Методически более правильным было бы продвинуться еще дальше и не только дополнить круг определяющих показателей, но и ввести некоторый общий агрегированный критерий, интегрирующий более частные показатели.

Качественные варианты определений предусматривают использование качественных критериев. В чистом виде этот подход применяется редко и в основном для теоретических исследований. Так как качественные характеристики невозможно измерить в общепринятых шкалах, то на практике либо используют методы условного перехода от качественных показателей к количественным оценкам, либо применяют качественные показатели как дополнение к количественным, т. е. фактически осуществляют *комбинированный подход*.

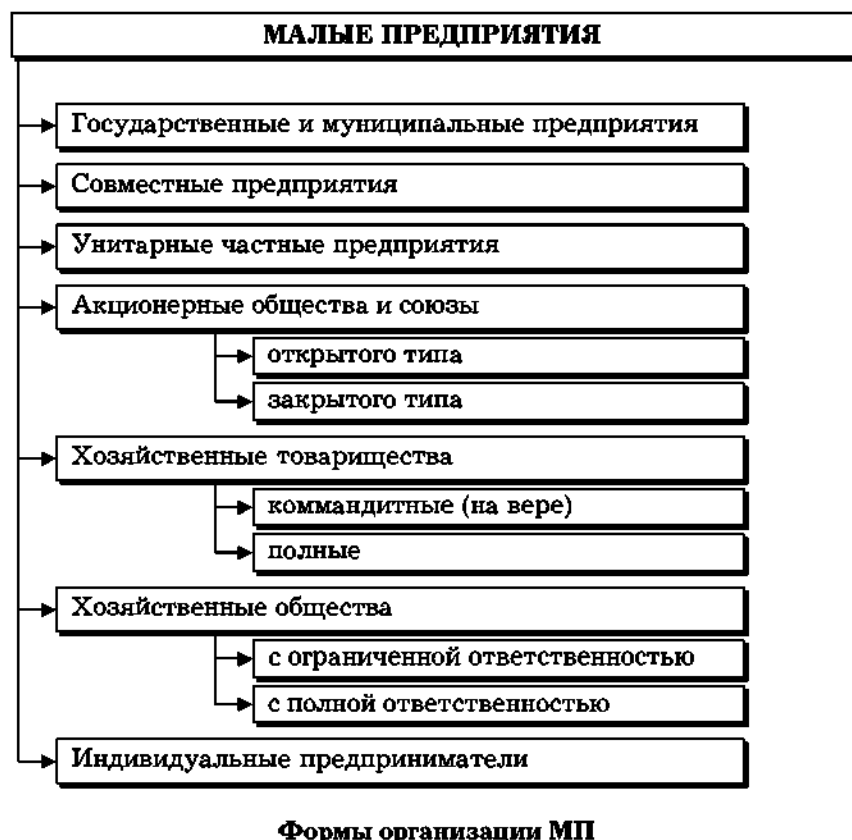
12.2. Классификация малых предприятий

МП различаются по юридической организации, формам собственности, отраслевой и территориальной принадлежности, по видам деятельности, занятости, по способу их образования.

Формы юридической организации МП (см. рисунок) могут быть весьма разнообразными; к наиболее распространенным относятся хозяйственные товарищества и общества. В последнее время широко применяемой формой стало предприятие без образования юридического лица (ПБОЮЛ).

Как правило, по форме собственности предприятия малого бизнеса относятся к негосударственным. Доля таких предприятий составляет 96% в общем их количестве и приближается к 100% в сфере общей коммерческой деятельности. Среди негосударственных форм собственности преобладает частная,

которая является доминирующей во всех отраслях малого бизнеса (более 80% общего числа предприятий). На долю же смешанной, муниципальной и общественной форм собственности приходится менее 15% общего их количества. Наиболее весомых значений доля частных предприятий достигает в сфере торговой деятельности и посреднических услуг, где девять из десяти предприятий являются частными. Так же высока доля частных предприятий в таких отраслях, как транспорт, строительство, информационно-вычислительное обслуживание, жилищно-коммунальное хозяйство и непроизводственные виды бытового обслуживания населения.



Сферами относительно большего распространения государственной и муниципальной форм собственности являются сельское и жилищно-коммунальное хозяйства, а также некоторые непроеизводственные виды бытового обслуживания населения; однако и в этих сферах доля таких МП составляет порядка 10–15%. Сложившиеся пропорции числа МП по формам собственности достаточно стабильны и за последние пять лет не претерпели значительных изменений.

Сложившееся за годы экономической реформы распределение малых предприятий по *отраслям экономики и формам собственности* представлено в табл. 12.1.

В соответствии с представленными данными отраслевую структуру МП можно считать достаточно инерционной. Заметными тенденциями роста числа МП является небольшое увеличение их доли в строительстве, промышленности, транспорте, а также в сфере жилищно-коммунального хозяйства, и наоборот — снижение этой доли в сфере торговли и общественного питания и научного обслуживания населения.

Региональный анализ форм собственности малого бизнеса свидетельствует о том, что частный сектор преобладает в большинстве территорий Российской Федерации. Так, в некоторых регионах его доля составляет 90% и более (Самарская, Омская, Свердловская обл.).

Географическая картина распространения малого бизнеса свидетельствует о неравномерности его развития по регионам. Около трети общего количества малых предприятий расположено в Центральном районе, более шестой части — в Москве (табл. 12.2).

Наибольшее развитие малый бизнес получил в промышленных и деловых центрах России, где сложились для него наиболее благоприятные условия. В первую очередь это относится к Москве, Санкт-Петербургу, Свердловской, Тюменской, Новосибирской областям.

Причины возникновения сложившейся региональной структуры достаточно очевидны.

**Динамика численности малых предприятий и их распределение
по отраслям экономики (на 1 января каждого года)¹**

№ п/п	Отрасль экономики	1994 г.		1997 г.		2000 г.		2002 г.		2006 г.	
		тыс.	%	тыс.	%	тыс.	%	тыс.	%	тыс.	%
1	Все отрасли	896,9	100,0	841,7	100,0	890,6	100,0	882,0	100,0	1032,5	100
2	Промышленность	127,0	14,2	131,9	15,7	136,2	15,3	121,0	14,0	131,6	12,7
3	Сельское хозяйство	9,5	1,1	10,9	1,3	13,6	1,5	15,0	2,0	31,3	3,1
4	Строительство	123,5	13,8	138,0	16,4	135,8	15,3	113,0	13	117,1	14,3
5	Транспорт и связь	17,6	2,0	20,4	2,4	25,8	2,9	24,0	2,7	50,3	4,8
6	Торговля и общественное питание, материально-техническое снабжение, сбыт и заготовки	436,4	48,6	374,0	44,7	414,2	46,5	422	48	464,6	45,0
7	Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка	51,3	5,7	35,9	4,3	36,7	4,1	38	4,3	178,0	17,2
8	Жилищно-коммунальное хозяйство и непроизводственные виды бытового обслуживания населения	13,5	1,5	13,0	1,5	14,6	1,6	10	1,1	25,3	2,4
9	Наука и научное обслуживание	51,7	5,8	46,7	5,4	37,1	4,2	22,1	2,5	2,7	0,3
10	Прочие отрасли	66,4	7,3	70,9	8,3	76,6	8,6	117	12,4	31,6	3,2

¹ В статистическом сборнике изменились виды экономической деятельности по отраслям, отсутствует наука и научная деятельность и появилась отрасль "Образование".

Научное обслуживание, наверное, включено во все отрасли деятельности. В раздел "Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка" вошли операции с недвижимостью и финансовая деятельность. В прочие отрасли деятельности вошли малые предприятия, работающие в гостиничном и ресторанном бизнесе, а также предприятия здравоохранения и предприятия, оказывающие социальные услуги.

Таблица 12.2

Региональная структура малого предпринимательства¹

№ п/п	Регион	Доля в общем числе (%)	
		2000 г.	2006 г.
1	Россия, в т. ч. по федеральным округам	100	100
2	Центральный, в т. ч. Москва	35,0	34,4
3	Северо-Западный	17,8	16,7
4	Южный	9,3	11,2
5	Приволжский	15,0	16,4
6	Уральский	6,4	6,8
7	Сибирский	11,8	10,6
8	Дальневосточный	4,7	3,9

Во-первых, в этих регионах сосредоточено большое количество промышленных и научно-исследовательских предприятий. В результате экономического спада большое число квалифицированных рабочих и инженерно-технических работников лишились работы. Именно этот контингент стал “питательной средой”, на которой начал развиваться малый бизнес.

Во-вторых, являясь административными и производственными центрами, эти регионы густо населены и, соответственно, обладают повышенным платежеспособным спросом, удовлетворять который должен в том числе и малый бизнес.

В-третьих, здесь быстрее формируется инфраструктура, способствующая появлению и развитию малых предприятий: банки, биржи, оптовые склады, большое количество нежилых помещений, которые можно использовать под офисы или склады, и т. д.

Самым распространенным видом деятельности малых предприятий на большинстве территорий являются торговля и посреднические услуги в области торговли (более 40% общего числа малых предприятий), что объясняется сравнительной простотой организации этой отрасли и возможностью быстрого накопления капитала.

¹ Росстат Статистический ежегодник. — М., 2007. — С. 359.

В то же время в крупных городах с развитой инфраструктурой торговли этот вид малого предпринимательства по сравнению с другими территориями не получил столь широкого распространения. В Москве, например, доля торговых предприятий составляет около одной четвертой, а в Санкт-Петербурге — около одной трети числа малых предприятий.

Таким образом, условия функционирования МП по регионам существенно различаются. Более того, можно говорить о двух региональных типах МП — *центральной и провинциальной*. Если МП, находящееся в промышленном центре, имеет существенно больше свободы выбора своей деятельности (а следовательно, и возможностей гибкого маневра), то положение провинциального МП очень сильно зависит от факторов локального значения, что часто играет решающую роль в его судьбе. Так, с экономической точки зрения МП российской “глубинки” обычно привязано к одному крупному предприятию, которое, по существу, определяет деловую активность всего прилегающего к нему небольшого региона; кроме того, в провинции, как правило, сильнее зависимость МП от произвола местных властей, отсутствует выход на международные рынки и т. д. В результате положение провинциального МП, как правило, намного хуже, чем центрального, а его стремление образовать прочный тандем с сильным союзником (производственной структурой, региональной властью и т. д.) существенно больше.

Занятость в сфере малого бизнеса характеризуется табл. 12.3, где приводится отраслевая структура численности занятых и объемы производства малых предприятий.

В совокупности число работающих, связавших свою деятельность с малым предпринимательством, составляет 8,5 млн человек. Они являются постоянными работниками. В то же время в сфере малого бизнеса зарегистрировано более 70 тыс. предприятий, у которых отсутствует постоянный штат. В ряде случаев это объясняется спецификой их деятельности, но, как правило, связано со стремлением избежать части налогов, взимаемых со средств, направляемых на оплату труда.

Таблица 12.3

**Отраслевая структура занятости и объемов
производства малого предпринимательства¹**

№ п/п	Отрасль	Численность за- нятых на МП		Структура произ- водства продук- ции на МП	
		млн чел.	%	млн руб.	%
1	Промышленность	1821,5	21,2	1227,8	10,1
2	Сельское хозяйство	335,7	3,9	99,0	0,8
3	Транспорт и связь	460,0	5,4	249,2	2,0
4	Строительство	1488,8	17,3	922,0	7,6
5	Торговля и общественное питание	2741,8	32	8721,3	72,1
6	Общая коммерческая дея- тельность	1233,6	14,4	725,1	6,1
7	Образование	10,7	0,1	3,9	0,1
8	Коммунально-социальные и другие услуги	489,4	5,7	149,4	1,2
	Всего	8581,5	100	12097,7	100

По основным видам деятельности МП подразделяются на предприятия производственные, коммерческие и инновационные. В современных условиях значительная доля МП функционирует в сфере коммерции (торговля, посредническая деятельность и т. д.), так как она традиционно характеризуется меньшими объемами стартового капитала, большей скоростью оборота средств и, как правило, более высокой нормой прибыли, не требуя при этом от предпринимателя специальной профессиональной подготовки.

Инновационные МП, занимающиеся разработкой новых технологий и внедрением достижений НТП, составляют небольшую часть действующих малых структур и либо образованы на базе крупных заводов и опытных производств, либо отпочковались от научно-исследовательских организаций.

Производственные МП характеризуются обычно мелкосерийным типом производства, значительная их часть образуется

¹ Росстат. Статистический ежегодник. — М., 2007. — С. 33, 356, 359.

на основе действующих крупных предприятий. Так как норма прибыли их относительно невысока, в целях поддержания своей безубыточности они довольно часто совмещают производственную деятельность с коммерческой. Для того чтобы малый бизнес получил должное развитие именно в реальном секторе, этот вид МП должен получить особую поддержку государства. Участие малых предприятий в экономике России показывает табл. 12.4

Таблица 12.4

Показатели участия малых предприятий в экономике¹

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	2005 г.	2006 г.
1	Валовой внутренний продукт	трлн руб.	21620	28781
2	Доля МП	%	45,0	45,2
3	Среднесписочная численность	млн чел.	66,8	67,2
4	Доля в общей занятости МП	%	12,0	12,8

12.3. Первоначальный капитал — основа малого бизнеса

Важным фактором, определяющим деятельность малого предприятия, является способ его образования: как правило, он определяет и отраслевую специализацию предприятия, и его специфику, и масштабы его деятельности, и, в конечном счете, успех его будущей работы. Этот фактор, по существу, может быть рассмотрен как *форма первоначального накопления капитала* в малом предпринимательстве.

С достаточной степенью условности можно выделить шесть основных способов организации российского малого бизнеса.

1. Индивидуальная деятельность граждан (индивидуальное предпринимательство — ИП). Этот вид малого бизнеса объединяет достаточно большое число людей, занимающихся предпринимательством. Специализация этих занятий довольно разнообразна: традиционные народные промыслы, изготовление

¹ Росстат. Статистический ежегодник. — М., 2007. — С. 33, 356, 359.

художественных изделий, репетиторство и многое другое. Особое место занимает “челночный” бизнес: приобретение товаров широкого потребления в зарубежных странах с последующей реализацией в России.

Небольшая часть индивидуальных предпринимателей регистрирует свою деятельность, например, как организованный семейный частный бизнес. Однако подавляющее их большинство нигде не регистрируется и действует как физические лица. Они либо совсем не подают сведения в налоговые органы, либо существенно их искажают, скрывая прибыль. Соответственно, их деятельность никак не учитывается и государственными статистическими органами.

Финансовой основой ИП выступают личные средства граждан. Банки не кредитуют его, и поэтому основной характерной особенностью такого малого предпринимательства является ведение дела на свой страх и риск. Это самая незащищенная часть малого бизнеса. Ей уделяют особое внимание криминальные структуры, собирая дань за “защиту” от себе подобных. В последнее время ее не обходит вниманием и государство, которое постоянно ужесточает правила вывоза валюты из страны и ввоза товаров. Кроме того, обеспокоенное появлением большого числа (по некоторым данным, несколько миллионов) граждан, повышающих свое благосостояние без учета и надлежащего контроля, оно регулярно выпускает нормативные акты о дальнейшем ограничении ИП.

2. Консолидация физических лиц. При реализации данного способа образования ИП несколько будущих предпринимателей объединяют свои капиталы для совместной деятельности. Это наиболее распространенный вариант создания мелкооптовых и розничных торговых, посреднических фирм, компаний, оказывающих услуги населению.

3. Создание дочерних фирм. Они образуются при крупном предприятии, их учредителем, или одним из учредителей, выступает само предприятие. Такие фирмы обычно ориентированы на решение конкретных задач, связанных с деятельностью крупного предприятия.

Большое число дочерних предприятий создает для комбината дополнительную нагрузку, но при достижении высокого уровня рентабельности их деятельность позволяет реализовать социальную стратегию предприятия. Кроме того, они придают дополнительную финансовую устойчивость: при возникновении кризисной ситуации их можно просто продать.

4. Форма полной или частичной приватизации госсобственности. Наиболее характерным способом организации таких предприятий стало создание *арендного коллектива* с последующим выкупом основных фондов. Таким путем прошли почти все предприятия розничной торговли, предприятия пищевой промышленности и другие предприятия, небольшие по количеству работающих и номенклатуре выпускаемой продукции.

5. Государственные предприятия, попадающие в разряд малых из-за небольшой численности работников или действующие на принципах “малого бизнеса”. В этой группе находится, например, большая часть муниципальных предприятий, обеспечивающих работу городского хозяйства.

6. Фирмы-ширмы, основная функция которых состоит в отмывании криминальных денег. Волна организованной преступности захлестнула Россию и породила специфический вид малого предпринимательства. Практически каждая преступная группировка создает собственные МП. Их отраслевая специализация зависит от ориентации и размеров криминальной структуры. Обычно сюда входят предприятия автосервиса, общественного питания и развлечений (кафе, бары, небольшие рестораны, казино, дискотеки), оптовые и мелкооптовые посреднические фирмы, строительно-ремонтные компании. Реже встречаются банки и фирмы, занимающиеся экспортно-импортной деятельностью (как правило, они связаны с крупными структурами и имеют связи с границей). Через такие предприятия прокручиваются средства, полученные от криминальной деятельности. Судить о связи того или иного предприятия с организованной преступностью можно иногда только по репортажам в уголовной хронике о произошедших в них кровавых разборках.

Рассмотрим отдельно роль малого бизнеса в экономике развитых стран и экономике стран, находящихся на этапе становления рынка. Начнем с роли малого бизнеса в системе развитого рыночного производства.

В экономически развитых странах малое предпринимательство — основа рыночной экономики. Так, в США предприятия малого бизнеса обеспечивают занятость более половины трудоспособного населения; осваивая вдвое больше нововведений, чем крупные фирмы, представляют собой основные генераторы инновационных процессов в промышленности; динамично реагируя на изменение структуры потребления, активизируют структурную перестройку отраслей; преодолевая монополизм в экономике, влияют на структуру цен потребительского рынка и т. д.

Аналогичная картина наблюдается также в Германии, Канаде, Великобритании, где доля малого бизнеса в производстве превышает 60–70%. Особенно выделяется в этом отношении Германия, где в последние годы начался настоящий бум малого бизнеса. Только за минувшее десятилетие число небольших и средних фирм здесь возросло, по одним данным, до 1,9 млн, по другим — до 2,1 млн. На их долю приходится более 2/3 стоимостного объема продукции и численности занятых в экономике страны. Опираясь на благоприятную предпринимательскую конъюнктуру (и прежде всего на малый бизнес), германская экономика за этот период достигла уровня мировой конкурентоспособности, опередив по экспорту продукции такие страны, как США и Япония.

Показательным является также участие МБ в экспорте продукции ведущих стран. По оценке экспертов, доля малых и средних фирм в промышленном экспорте ряда развитых стран составляет: ФРГ и Нидерландов — примерно 40%, Италии — 25–30, Франции — 20–25, США и Японии — 10–15%. Если же учесть их участие в комплектации готовой продукции, вывозимой за рубеж крупными фирмами, то их доля в стоимости экспорта промышленных товаров приблизится к 60% в Италии, 50% — во Франции, 40% — в Японии. При этом сфера, где малый

бизнес приобрел особое значение, — международная торговля технологиями. Например, 50% лицензий, проданных США, приходится на малые инновационные фирмы. Помимо технологий важными статьями экспорта малого бизнеса является продукция машиностроительной, металлообрабатывающей, химической, электротехнической, текстильной и других отраслей промышленности.

Место и роль малого бизнеса в системе развитого рыночного производства определяется его функциями, к числу которых относятся следующие.

1. Более эффективное использование и утилизация материальных, трудовых и финансовых ресурсов, не востребованных в крупном производстве.

2. Создание инновационного потенциала для внедрения технических новшеств. Малое наукоемкое предпринимательство стимулирует научно-технический прогресс, принимая на себя те риски вложений в технические проекты, которые не берут на себя крупные корпорации.

3. Формирование конкурентной среды. МБ антимонополен по своей природе. С одной стороны, ввиду многочисленности входящих в него МП он трудно поддается монополизации, с другой — ввиду глубокой специализации МП и высокой адаптивности их к многообразию потребительского спроса МБ в ряде случаев может представлять собой серьезного конкурента для крупного производства.

4. Содействие “открытости” экономики и рационализации внешнеэкономических связей. Высокая эластичность МБ в отношении меняющейся конъюнктуры, возможность быстрого реагирования на спрос и перестройки в соответствии с ним своей организационно-хозяйственной структуры обеспечивают МБ высокую проникающую способность и быстрое заполнение ниш, возникающих на международных рынках, превращает МБ в форпост экспортной экспансии в различных географических зонах по широкому кругу товаров и услуг.

5. Снижение уровня безработицы. В промышленно развитых странах на МБ приходится до 50–60% всех занятых и до 70–80% новых рабочих мест.

6. Смягчение социальной напряженности и способствование демократизации рыночных отношений. МБ является фундаментом формирования “среднего” класса и, следовательно, основой уменьшения социальной дифференциации.

7. Подготовка кадров. МБ — это “кузница кадров” для большого бизнеса и для предпринимательства вообще. Это хорошо согласуется с “теорией этапов роста фирмы”, которая предполагает наличие необходимых характерных стадий развития, в том числе и стадию малого предприятия.

8. Уменьшение негативного влияния так называемой теневой экономики путем частичной трансформации ее в легальный МБ. Всемирное поощрение МБ осуществляется в Германии, Швеции, Италии, Испании и США, где роль иррегулярной экономики очень значительна. Так, только в одной Германии насчитывается не менее 4 млн самостоятельных предпринимателей черного рынка, функционирование которого инициировало в последнее десятилетие бум легального малого предпринимательства в этой стране.

Существует точка зрения (ее еще в начале века высказывал известный экономист В. Парето), что малый бизнес содержит в себе зерно криминальности в соответствии со своей природой: он агрессивен, потому что слаб; склонен к нарушениям правопорядка, потому что мал и незаметен, и т. д. Малые предприятия — это “малые дети” рыночной экономики. Если они растут без опеки и поддержки государства, то они — “беспризорники” и более склонны к криминалу, чем “благополучные дети”. И наоборот, чем значительнее государственные программы поддержки малого предпринимательства, тем более цивилизованным становится климат предпринимательства в целом.

Более того, анализ свидетельствует о том, что в условиях развитого рынка МБ содействует экономической и социальной стабилизации, эффективности и мобильности действия рыночных регуляторов, гибкости экономических структур и, в конечном итоге, увеличению национальных конкурентных преимуществ.

Следует заметить, что для западной экономической стратегии 60-х гг. XX в. была характерна недооценка роли малого

бизнеса как существенного фактора развития рыночной экономики. Тогда предполагалось, что мелкие предприятия представляют собой не что иное, как пережиток предшествующих ступеней экономического развития, а потому они должны быть либо вообще устранены, либо реорганизованы в более крупные образования. Однако предпринимательский бум, развернувшийся на Западе в 70-е и 80-е гг. прошлого столетия, заставил западных исследователей отказаться от прежних представлений относительно малого бизнеса. Малые предприятия стали играть лидирующую роль в таких прогрессивных отраслях экономики, как электроника, биотехнология, информационные услуги и т. п. Это означало, что малое предпринимательство приобрело качественно новую роль, став одной из важнейших форм реализации современного этапа научно-технической революции, что делало игнорирование малого бизнеса лишенным каких-либо оснований. Разумеется, в новых условиях, как об этом свидетельствует опыт промышленно развитых стран Запада, “несущей конструкцией” экономики продолжают оставаться крупные предприятия и объединения, те самые “пятьсот крупных корпораций”, в которых ряд авторитетных экономистов, в частности Дж. К. Гэлбрейт, видят “основу индустриальной системы”.

Итак, без малого бизнеса рыночная экономика эффективно ни функционировать, ни развиваться не может. Должна лишь соблюдаться известная сбалансированность между малым и крупным капиталом. При этом малый бизнес способствует реализации социально ориентированной модели рынка, являясь экономической основой социальных гарантий населения. Существует явная взаимосвязь эффективности экономики, уровня общественного благосостояния и уровня развития малого бизнеса. И наоборот, степень развития малого бизнеса, его место и роль в народнохозяйственном комплексе, а также успешная реализация присущих ему функций определяются уровнем зрелости рыночных отношений.

Перейдем теперь к функциям малого бизнеса в период становления рыночных отношений.

Для экономики переходного периода характерно, во-первых, недостаточно полное развитие МБ и неполная реализация присущих ему функций, а, во-вторых, наличие некоторых специфических функций, обусловленных особенностями неразвитости рыночных отношений. Так, по данным российской официальной статистики, МБ не занимает существенных позиций в общественном производстве, и его потенциал используется весьма незначительно. Имеется серьезная диспропорциональность между крупным монополизированным производством и малым предпринимательством. Доля МБ в российском общественном производстве в несколько раз ниже, чем в развитых странах: в США она составляет более 50% ВВП, в России, по разным оценкам, — около 10–15%. Также неоправданно мала его доля в занятости населения и инвестициях.

Для малого бизнеса России характерны следующие особенности.

1. Относительно слабое присутствие МБ в производственной и инновационной сферах хозяйственной деятельности. Это наиболее ярко проявлялось в начальный период реформ, когда капиталы МБ были сосредоточены главным образом в сферах коммерческих и посреднических операций, что определялось существенно более высокой нормой прибыли в сфере коммерции.

2. Отсутствие заметного влияния МБ на формирование конкурентной среды. Это обусловлено, во-первых, относительной слабостью и неразвитостью этого сектора. Для того чтобы он оказывал сколько-нибудь ощутимое влияние, должна быть достигнута некоторая критическая масса. Во-вторых, негативную роль играет здесь неразвитость рыночной инфраструктуры, что мешает МБ проявить свои конкурентные преимущества перед крупным бизнесом. Как известно, неразвитая российская рыночная инфраструктура характеризуется большой “вязкостью”, мешающей действию рыночных регуляторов.

3. Относительно слабое влияние МБ на снижение уровня безработицы и смягчение социальной напряженности. Это связано как с малой развитостью МБ (уже упоминалось, что он не достиг своей “критической массы”), так и с менталитетом русского

общества, воспитанного в иных традициях, нежели население западных стран с устоявшимися традициями цивилизованного рынка. Квалифицированные кадры России в целом более инерционны и обладают меньшей гибкостью и мобильностью перетекания в такие сферы деятельности, которые приносят больший доход. Оказавшись в положении безработного, частично безработного или пополнив скрытую безработицу, трудоспособное население предпочитает искать новую работу чаще всего в соответствии со своей профессиональной ориентацией, так как не имеет ни навыков, ни средств, необходимых для организации МБ. Останавливает его также неразвитая инфраструктура и криминогенность рынка. Приоткрывшийся “железный занавес” дает возможность “утечки мозгов” для тех, кто не нашел себя в новых условиях. Образно говоря, в российском обществе существует целый ряд причин, по которым известная часть населения “не хочет” заниматься МБ, а среди тех, кто “хочет”, — не все “могут”.

4. МБ в России является “особой школой” подготовки кадров. Проблема кадров для предпринимательства в России — одна из наиболее острых. Несмотря на большое число управленцев, прошедших обучение в различных школах бизнеса, организованных на Западе для помощи России, полностью решить эту проблему пока не удалось: можно передать некоторые знания, но переделать психологию и систему мышления за два-три месяца директору, привыкшему работать с Госпланом, министерством, фондами, госзаказом и прочими атрибутами плановой экономики, — задача непосильная.

Как показала практика, наиболее восприимчивыми к рыночным нововведениям оказались директора малых предприятий, в основном молодого и среднего возраста. Именно к ним тяготеет наиболее прогрессивная часть директорского корпуса, образуя различные экономические объединения с МП и надеясь на то, что такие меры позволят повысить рентабельность нового образования.

С другой стороны, в МБ пришла невостребованная часть населения, вынужденно покинувшая свои рабочие места и сменив-

шая свою профессиональную деятельность из-за общего спада производства и кризиса экономики. Это та часть кадров, которая пришла в МБ не по призванию, а чтобы выжить. Можно ожидать, что в случае стабилизации экономики определенная доля этого слоя населения вернется к работе, близкой по характеру к своей прежней профессиональной деятельности.

И, наконец, третья группа населения представляет особый слой, смыкающийся с криминальными структурами. Их опыт работы в основном связан с умением обходить законы и находиться в пограничной ситуации. В том случае, если уровень криминализации российской экономики будет снижен, а законодательство упорядочено, число такого рода “предпринимателей” также сократится.

Итак, в настоящее время МБ — “кузница кадров” трех различных типов, причем два из них являются порождением негативного хода экономических реформ и, по-видимому, должны рассматриваться либо как “временщики”, либо как “псевдо-предприниматели”.

5. Двойственное влияние МБ на внешнеэкономическую деятельность и сферу иррегулярной (теневой) экономики. МБ активно участвует в международной торговле России, все более открывая ее экономику как в сфере экспорта, так и в сфере импорта. Существенное значение имеет МБ в вывозе капитала, особенно в офшорные зоны. Однако эту деятельность с большой натяжкой можно назвать рационализацией международных связей. Хорошо известный челночный бизнес, с одной стороны, удовлетворял в 1994–1996 гг. общественную потребность в ширпотребе из Турции, Китая и других стран. С другой стороны, он насыщал потребительский рынок некачественным товаром. В настоящее время, хотя его масштабы уменьшились, он продолжает оставаться составной частью российского импорта, служит отдельным интересам иметь “потайной карман”. В нем накапливаются как средства основного, крупного предприятия, так и капиталы, принадлежащие узкому кругу лиц, входящих обычно в состав администрации таких предприятий.

Итак, внешнюю среду, в которой приходится работать малым предприятиям, в целом можно охарактеризовать как неци-

вильзованный, “полудикий” рынок с наличием разнообразных видов рэкета на всех уровнях, начиная от собственно бандитских образований и мафиозных структур и кончая чиновничьим и государственным рэкето.

Преодоление этой негативной тенденции возможно лишь путем совершенствования законодательства, усиления правоохранительных функций государства и развития рыночной инфраструктуры.

6. Специфические функции МБ как основы “карманной” экономики. Классификация малых предприятий свидетельствует о том, что наряду с малыми фирмами, образованными путем частных индивидуальных накоплений или объединения этих накоплений (малые торговые предприятия пищевой промышленности и сферы услуг, челночный бизнес и т. д.), в состав МБ входят малые структуры, созданные на базе крупных. Среди таких структур можно выделить особые малые предприятия, образование которых было обусловлено не только и не столько необходимостью рационального распределения хозяйственных функций и совершенствования организации производства, сколько потребностью иметь “потайной карман”. В нем также накапливаются как средства основного, крупного предприятия, так и капиталы узкого круга лиц, входящих обычно в состав администрации таких предприятий.

Подводя итог рассмотрению роли малого бизнеса в российской экономике, можно сформулировать следующие выводы.

1. Малый бизнес является важным фактором функционирования народного хозяйства переходного периода. Его роль нельзя оценивать только с позиций традиционной экономики, такая оценка была бы поверхностной. МБ подобен айсбергу: его надводная, меньшая, часть характеризует МБ как особый сектор общественного производства, удельный вес которого весьма незначителен. Его подводная, большая, часть погружена в глубины “второй экономики” и определяет условия выживания значительной части общественного производства.

2. Анализ МБ как особой части российской “второй экономики”, состоящей из малых карманных структур, позволяет понять

многие труднообъяснимые феномены переходного периода. К их числу относятся:

- ☐ продолжительное функционирование части неплатежеспособных предприятий;
- ☐ большие недоборы налоговых отчислений в бюджет;
- ☐ несоответствие низкого уровня безработицы большим задолженностям предприятий по заработной плате;
- ☐ возможность осуществления больших социальных и рекреационных программ убыточными предприятиями;
- ☐ наличие так называемых фирм-невидимок (*stell-firms*) с мизерными уставными фондами, участвующих в крупномасштабных финансовых операциях (скупающих контрольный пакет акций предприятий-гигантов), и т. д.

3. Специфические функции МБ в условиях переходного периода определяются в основном задачами выживания предприятий, в том числе и предприятий реального сектора. Достаточно эффективная реализация этих функций — одна из причин того, что до сих пор не сбывается пессимистический прогноз скорого и всеобщего коллапса экономики. По мере становления рыночных отношений структура МБ и содержание его функций будут трансформироваться и приближаться к классическим канонам, хотя специфика российских условий найдет в нем, по-видимому, свое отражение.

Контрольные вопросы

1. Понятие малого бизнеса по российским и зарубежным представлениям.
2. Дайте характеристику основным подходам к определению понятия малый бизнес, а именно:
 - ☐ количественный;
 - ☐ качественный;
 - ☐ комбинированный.
3. Как подразделяются предприятия малого бизнеса по юридическому статусу и формам собственности?
4. Понятие особенности отраслевой и территориальной принадлежности развития малого бизнеса.

5. Дайте характеристику основных способов организации российского малого бизнеса.
6. Дайте общую характеристику основных способов организации российского малого бизнеса.
7. Как вы понимаете консолидацию физических лиц при организации предприятий малого бизнеса?
8. Роль малого бизнеса в экономике развитых стран.
9. Раскройте основные функции малого бизнеса в системе развитого рыночного производства.
10. Роль малого бизнеса в развитии рыночной экономики.
11. Основные характерные черты малого бизнеса в России.

Глава 13. СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Ценообразование, может быть, самый сложный вопрос, с которым приходится сталкиваться каждой предпринимательской фирме, любому человеку, занимающемуся бизнесом. Это очень важный вопрос, потому что, во-первых, от уровня цены зависит валовой доход фирмы, объем реализации товаров и, следовательно, прибыль, которая всегда является главной целью предпринимательской деятельности¹. Предприниматель может снижать цену на товар для расширения спроса на него и увеличения таким путем массы прибыли. Заниженные цены могут устанавливаться для устранения с рынка конкурента, чтобы затем (после его ухода с рынка) вновь повысить цены и обеспечить соответствующий рост прибыли. Иными словами, предприниматель может идти на временное снижение прибыли, чтобы обеспечить ее рост в перспективе. Во-вторых, цена на каждый товар, которая складывается на рынке, зависит от большого количества разнообразных факторов, и ее колебания невозможно предвидеть со стопроцентной вероятностью.

Тем не менее каждой фирме приходится ставить перед собой такую задачу, и успешность ее решения зависит от выбора и реализации продуманной стратегии и эффективной тактики ценообразования.

¹ Напомним, что согласно ГК РФ предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

13.1. Стратегия ценообразования и специфика установления цен на новый товар

Под стратегией ценообразования следует понимать способы и формы реализации целей ценообразования на достаточно длительную перспективу. Тактика ценообразования представляет собой практические действия, направленные на решение стратегических задач и достижение стратегических целей в пределах более коротких отрезков времени. На практике выработаны разные стратегии. В зависимости от многочисленных факторов они используются фирмами на рынках различных товаров. Подробное описание этих стратегий дает в своей книге глубокий знаток рыночных механизмов Филип Котлер¹. Представим проведенную им классификацию ценовых стратегий в виде схемы (см. рисунок).

Однако прежде чем перейти к их рассмотрению, обратим внимание на то, что при использовании любого метода ценообразования необходимо сначала определить расчетную цену по формуле: “средние издержки плюс прибыль”.

Потом эту расчетную цену можно корректировать в любую сторону в зависимости от многих внешних факторов, включая возможную реакцию на такую цену потенциальных потребителей, конкурентов и др. При этом следует учитывать, что снижение фактической цены относительно расчетной будет означать уменьшение прибыли, которую получит фирма (по сравнению со средней прибылью, существующей на рынке этого товара). Поэтому вряд ли можно согласиться с утверждением, что модель ценообразования, основанная на принципе определения затрат (“затратная модель”), имеет существенный недостаток, “каковым является явная недооценка рыночного спроса”². Какое бы значение ни имел спрос, проектирование цены необходимо

¹ См.: Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. — М., 1995.

² Уткин Э. А. Цены и ценообразование. Ценовая политика: Учебник. — М., 1997. — С. 8.

начинать с расчета затрат. В соответствии с приведенной схемой различных стратегий ценообразования рассмотрим описанные Котлером конкретные методы установления цен.

Стратегия установления цен на новый товар имеет свою специфику. При этом следует различать подлинную новинку и товар, который только имитирует новинку.

Установление цен на подлинную новинку. При установлении цен на действительно новый товар, защищенный патентом, можно выбрать одну из двух стратегий: “снятия сливок” или прочного внедрения на рынок.

При выборе стратегии “снятия сливок” фирма назначает очень высокую цену — цену, по которой товар может приобрести лишь очень узкий круг покупателей — покупатели, обладающие наибольшими доходами. Затем, когда этот сегмент рынка оказывается насыщенным и сбыт замедляется, фирма снижает цену и к покупке товара подключается новый сегмент рынка. Новый эшелон покупателей — люди с меньшим достатком — становятся потребителями товара. И опять фирма “снимает сливки”, получая прибыль от реализации товара за счет притока новых покупателей.

С некоторой модификацией этот же метод используется в тех случаях, когда сначала выпускается и поступает в продажу по высокой цене более сложная модель нового товара, а затем, когда спрос оказывается удовлетворенным, выпускается упрощенная модель нового товара по более низкой цене.

Таким образом, в реализацию товара включается новый сегмент рынка. В результате происходит “снятие сливок” со все новых и новых сегментов рынка.

В качестве примера использования такой стратегии Котлер ссылается на фирму “Полароид”, менявшую предлагаемые покупателям модели фотоаппарата и устанавливавшую на них все более низкие цены.

Эта стратегия основана на известном свойстве рынка: спрос на товар увеличивается со снижением цены. Это свойство, получившее название “эластичность спроса”, уже было рассмотрено ранее.

ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Ценообразование на новый товар

Установление цен на подлинную новинку

Установление цен на новый товар-имитатор

Ценообразование в рамках товарной номенклатуры

Установление цен в рамках товарного ассортимента

Установление цен на дополняющие товары

Установление цен на обязательные принадлежности

Установление цен на побочные продукты производства

Установление цен со скидками и зачетами

Скидки за платеж наличными

Скидки за количество закупаемого товара

Функциональные скидки

Сезонные скидки

Зачеты

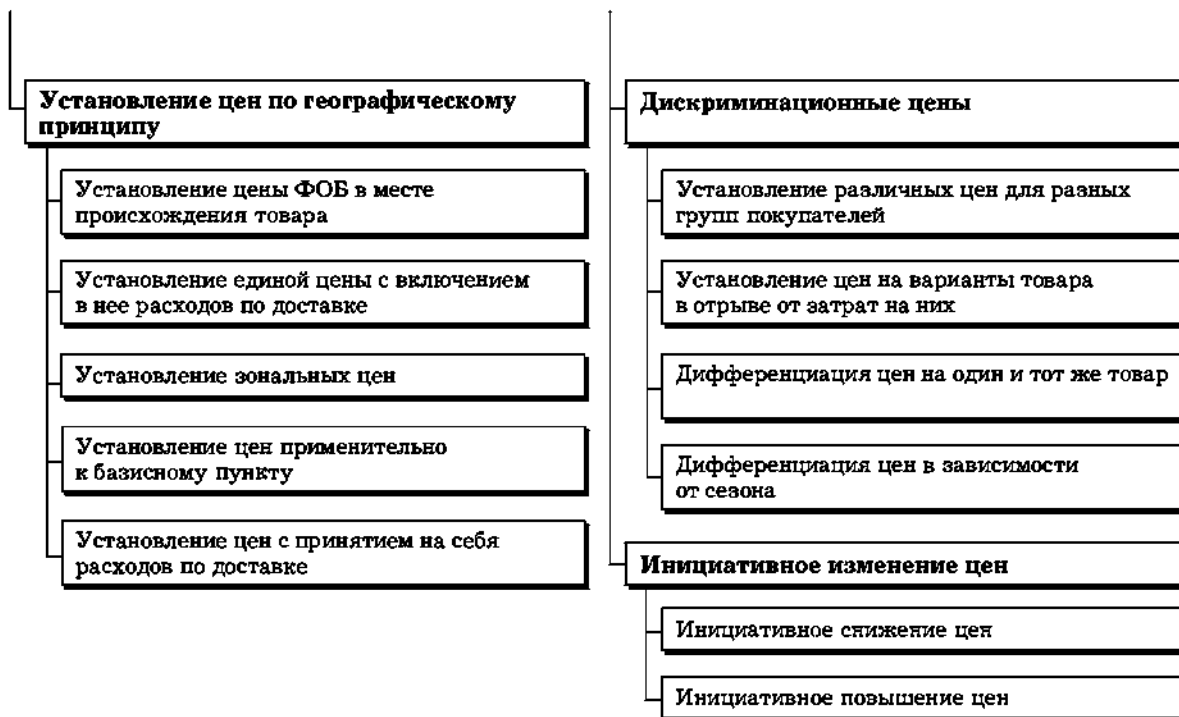
Установление цен для стимулирования сбыта

Установление пониженных цен на товары для привлечения внимания покупателей к другим товарам

Установление пониженных цен на периодически устраиваемых распродажах

Использование "скидок наличными"

"Агрессивная" реклама снижения цен на товары



Классификация ценовых стратегий¹

¹ Биншток Ф. И. Ценообразование. — М.: Инфра-М, 2001. — С. 8.

Известен опыт применения другой стратегии — прочного внедрения на рынок путем установления как можно более низкой цены. Это позволяет фирме привлечь большое число покупателей, завоевать большую долю рынка. Затем фирма, применяющая такую ценовую стратегию, расширяет производство, снижает его издержки и по мере их снижения осуществляет дальнейшее снижение цен.

Установление цен на новый товар-имитатор. Любая фирма, планирующая разработку нового товара — имитатора, должна решить вопрос о его позиционировании на рынке. Какое место должен занять товар на рынке с точки зрения цены и качества? Для нахождения ответа на этот вопрос в книге Котлера приводится таблица, представляющая собой условную модель всех возможных стратегий в зависимости от цены и качества нового товара (см. таблицу). При этом как цена, так и качество имеют три уровня (высокий, средний и низкий).

Стратегии маркетинга в зависимости от уровня цены и качества товара

Цена Качество товара	Высокая	Средняя	Низкая
Высокое	Стратегия премиальных наценок (1)	Стратегия глубокого проникновения на рынок (2)	Стратегия повышенной ценностной значимости (3)
Среднее	Стратегия завышенной цены (4)	Стратегия среднего уровня (5)	Стратегия доброкачественности (6)
Низкое	Стратегия ограбления (7)	Стратегия показного блеска (8)	Стратегия низкой ценностной значимости (9)

По словам Котлера, “качественно-ценовое позиционирование” определяется тем, какое положение занимает лидер. Если лидер установил на свой товар максимально возможную цену с премиальной наценкой (стратегия 1), то фирма-новичок должна выбрать одну из оставшихся стратегий. Так, она может создать высококачественный товар и выбрать стратегию 2 (стратегию

глубокого проникновения на рынок), назначив на свой товар среднюю цену.

Если она выпускает товар среднего качества, то ей придется назначить на свой товар среднюю цену и выбрать стратегию 5 (стратегию среднего уровня), и т. д.

13.2. Товарная номенклатура и ценообразование

Если требуется установить цену на товар, который является частью товарной номенклатуры, то подход к определению цены меняется. В этом случае целью является установление цен на каждый товар на уровне, обеспечивающем получение максимальной прибыли по всей совокупности товаров, входящих в номенклатурную группу.

Установление цен в рамках товарного ассортимента. Фирма обычно создает целый ряд однотипных товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность, но различающихся некоторыми свойствами. Котлер приводит в качестве примера видеокамеры, выпускаемые фирмой “Панасоник” и отличающиеся некоторыми техническими параметрами (весом, наличием (или отсутствием) автоматической установки фокуса, системой регулирования и др.). Иными словами, каждая новая модель видеокамеры обладает дополнительными свойствами, делающими ее для потребителя предпочтительнее предыдущих моделей. Цены на такие товары должны дифференцироваться в зависимости от их себестоимости и степени совершенства. Если разрыв в ценах окажется недостаточным, то покупатель будет приобретать более совершенную модель, при этом менее совершенная не будет находить сбыта. Кроме того, общий спрос на эти товары, вероятно, окажется ниже, чем в том случае, когда разрыв в цене будет установлен на таком уровне, что покупатели в зависимости от своих доходов приобретают как более, так и менее совершенные модели. Дифференциация цен должна обеспечить наилучший спрос на всю совокупность (весь ассортимент) выпускаемых однотипных товаров. Правильная дифференциация возможна

лишь в том случае, если будут учтены качество и цены на аналогичную продукцию конкурентов.

Установление цен на дополняющие товары. Нередко фирмы, выпуская основной товар (например, автомобиль), производят одновременно некоторые дополнительные товары (устройства), улучшающие потребительские свойства основного товара и делающие его более привлекательным для потребителя. Цены на эти дополняющие товары должны быть установлены на таком уровне, чтобы у потенциального покупателя появилась заинтересованность в покупке как основного изделия, так и дополняющих его товаров. Например, в некоторых случаях целесообразно включать дополняющие устройства, улучшающие потребительские качества автомобиля, в его обязательную комплектацию и устанавливать цену на автомобиль с учетом этой комплектации. Здесь также надо исходить из соображений увеличения объема реализации (с учетом уровня затрат на этот объем реализации).

Установление цен на обязательные принадлежности. В некоторых случаях использование товара предполагает обязательное использование определенных принадлежностей, которые производятся той же фирмой. Часто оказывается, что имеет смысл устанавливать невысокие цены на основное изделие, но достаточно высокие — на принадлежности к этому изделию. Покупатель, соблазненный низкой ценой на основное изделие, вынужден оплачивать по высокой цене обязательные принадлежности. Фирма же, проигрывая при реализации основного изделия, компенсирует свои потери путем реализации обязательных принадлежностей. Так происходит с продажей станков для бритья и бритвенных лезвий, фотоаппаратов и пленки. То же самое имеет место при продаже принтеров и картриджей для них. Покупатель, приобретя дешевый принтер, вынужден в дальнейшем платить высокую цену за картридж, без которого невозможно эксплуатировать основное изделие (принтер).

Установление цен на побочные продукты производства. Технологические процессы производства некоторых видов товаров сопровождаются появлением побочных продуктов. От таких

продуктов, если они не имеют потребительной стоимости, производитель вынужден избавляться. Это связано с дополнительными затратами, которые делают более дорогим производство товара, что, естественно, сказывается на его цене. Если побочные продукты оказываются нужными какому-то потребителю, то производитель, как правило, соглашается продавать их по самой низкой цене, так как в этом случае он освобождается от связанных с ними дополнительных расходов.

13.3. Установление цен по территориальному принципу

В некоторых случаях перед производителем (продавцом) возникает вопрос о целесообразности установления дифференцированных цен для потребителей (покупателей), находящихся в разных районах. Такой метод ценообразования применяется в различных формах.

Установление цены FOB в месте происхождения товара. Цены могут устанавливаться с учетом того, что товар передается перевозчику на условиях франко-вагон (или франко-борт). Такие цены носят название “цены FOB” (по первым буквам английских слов “free on board” — свободен от борта). В этом случае все права на товар (и ответственность за него) переходят к заказчику, который оплачивает, во-первых, цену товара, установленную производителем (поставщиком), и, во-вторых, все расходы по транспортировке этого товара от места нахождения производителя до места назначения. Если цена для всех заказчиков устанавливается одинаковой, то затраты на перевозку зависят от расстояния и способа перевозки груза. Таким образом, суммарные затраты на покупку и перевозку одного и того же товара окажутся различными для разных заказчиков.

Установление единой цены с включением в нее расходов по доставке. Этот метод противоположен предыдущему: фирма-производитель (фирма-поставщик) взимает с потребителей единую цену, которая включает затраты как на производство, так и на транспортировку товара. Плата за транспортировку

устанавливается исходя из среднего расстояния до фирмы-поставщика (фирмы-производителя). В результате этого потребители, расстояние до которых меньше среднего, оплачивают часть транспортных расходов за тех потребителей, расстояние до которых больше среднего.

Установление зональных цен. Этот метод представляет собой нечто среднее между двумя предыдущими приемами расчета цен. Он заключается в том, что фирма-производитель (фирма-поставщик) выделяет несколько зон, в каждой из которых устанавливается своя цена на товар. Цена для всех потребителей, находящихся в определенной зоне, устанавливается как средневзвешенная величина, поэтому в границах ценовой зоны все покупатели оказываются в одинаковом положении. При этом не исключается, что один заказчик из определенной зоны оплачивает транспортные услуги другого заказчика из этой же зоны. Как пишет Котлер, “клиенты в Атланте и Бостоне будут платить фирме “Пирлесс” одну и ту же общую цену. Однако не исключены претензии, что в этом случае заказчик из Атланты принимает на себя часть транспортных расходов клиента из Бостона”. Кроме того, два заказчика, находящиеся всего в нескольких милях друг от друга, но оказавшиеся в разных зонах, будут платить разную цену за один и тот же товар, поскольку в нее будут включены разные величины транспортных расходов.

Установление цен применительно к базисному пункту. Суть этого метода такова: продавец выбирает тот или иной город в качестве базисного пункта и взимает со всех заказчиков транспортные расходы в сумме стоимости доставки из выбранного (базисного) пункта независимо от того, из какого пункта в действительности осуществляется отгрузка. При таком методе установления цен товар может быть отгружен из того же самого города, в котором находится потребитель, но последнему все равно придется оплатить транспортные расходы по доставке товара из базисного пункта в пункт нахождения потребителя.

Установление цен с принятием на себя расходов по доставке. В случае, когда продавец заинтересован в проникновении на какой-то новый рынок или в поддержании деловых отношений

с конкретным партнером, он может продавать свой товар по цене, не включающей транспортные расходы. Продавец, таким образом, принимает на себя расходы по доставке и, следовательно, сознательно идет на снижение своей прибыли. Потерю части прибыли он может компенсировать за счет расширения объема своей деятельности, снижения таким путем издержек производства или получения других выгод. В ряде случаев в условиях острой конкуренции более выгодно временно пойти на снижение прибыли для удержания своих позиций на рынке или проникновения на новые рынки, что позволит в будущем с лихвой возместить понесенные потери.

13.4. Взаимозачеты и скидки в ценовой политике

В условиях рыночной экономики цены нередко устанавливаются на таком уровне, что потребитель получает определенную плату за совершение некоторых действий, выгодных продавцу. Такого рода цены хорошо известны сегодня и российским продавцам, и покупателям.

Скидки за платеж наличными. Скидки предусматриваются за осуществление расчетов в форме, предпочтительной для продавца. Так, цена снижается для покупателей, оперативно оплачивающих счета (цена ниже, если товар будет оплачен в течение определенного времени, до определенного срока), или для покупателей, оплачивающих счета наличными (хотя такие действия находятся на грани соблюдения законности).

Скидки за количество закупаемого товара. Практика снижения цены в случае приобретения большой партии товара тоже хорошо известна российским покупателям. Достаточно привести в качестве примера цены на оптовых рынках продовольственных товаров, позволяющие мелким предпринимателям заниматься (с определенной выгодой для себя) розничной продажей. При этом скидки с цены должны соответствовать тем затратам (на хранение, транспортировку, реализацию товара), от которых освобождается оптовый продавец в случае, если он не занимается розничной торговлей, а реализует продукцию оптом.

Функциональные скидки. К функциональным относятся скидки, которые предлагают производители службам, осуществляющим продвижение товара, т. е. продажу товаров, их хранение, учет и др.

Сезонные скидки. Эти скидки предусмотрены для тех потребителей, которые осуществляют внесезонные покупки. Сезонные скидки стимулируют спрос в тот период, когда он снижается в связи с наступлением определенного сезона. Так, летом зимние товары реализуются по более низким ценам (с сезонной скидкой), а зимой действуют скидки на летние товары и т. д. Сезонные скидки способствуют поддержанию стабильного уровня реализации товаров на протяжении всего года. Сезонные скидки устанавливаются на авиабилеты и билеты на водный транспорт, на услуги гостиничного бизнеса.

Зачеты. Под зачетами обычно понимается продажа какого-либо товара с предоставлением льготы для тех покупателей, которые, приобретая новый товар длительного пользования, сдают аналогичный старый товар, бывший в эксплуатации. В этом случае товар реализуется по более низкой цене. Это товарообменный зачет: покупатель обменивает старую вещь на новую, уплачивая за последнюю более низкую цену. Такого рода зачеты осуществляются при продаже автомобилей, холодильников, стиральных машин, телевизоров. Зачеты направлены (как и другие виды скидок) на поддержание сбыта. Покупатель, зная о товарообменном зачете, быстрее откажется от эксплуатации старой вещи и примет решение о замене ее новой.

13.5. Цены, стимулирующие сбыт продукции

Хотя все рассмотренные ранее системы скидок и зачетов также направлены на стимулирование сбыта, временное назначение цен ниже прейскурантных Котлер выделяет в отдельную группу. Существуют различные формы установления таких цен.

Установление пониженных цен на одни товары для привлечения внимания покупателей к другим товарам. Некоторые

магазины, осуществляющие торговлю широким кругом товаров (например, универсамы, универмаги), назначают пониженные (или даже убыточные) цены на определенные товары. Эти товары (их называют “убыточными лидерами”) должны привлечь покупателей в определенный магазин, где покупатели не только купят этот товар, но и обратят внимание на какие-нибудь другие товары и приобретут некоторые из них. Таким образом, увеличится общий оборот торгового предприятия, возрастет сбыт, а потери, связанные с установлением низких цен на некоторые товары, будут с лихвой восполнены.

Установление пониженных цен на периодически устраиваемых распродажах. Привлечение покупателей может осуществляться путем установления пониженных цен для особых случаев. Котлер приводит в качестве примера установление пониженных цен “для привлечения в магазины утомленных от предновогодних покупок людей”. Такие цены действуют на ежегодных январских распродажах, устраиваемых некоторыми магазинами.

Использование “скидок наличными”. Иногда производители предлагают потребителям, покупающим товар у дилеров, “скидку наличными”, действующую в определенный отрезок времени. По оценке Котлера, “скидка наличными — гибкое орудие сокращения товарных запасов в периоды затруднения сбыта без снижения прейскурантных цен”.

“Агрессивная” реклама снижения цен на товары. Торговые предприятия часто используют скидки с обычных цен в целях эпизодического стимулирования сбыта. В книге Котлера находим такой пример: чтобы избавиться от залежавшихся товаров, устроили однодневную распродажу шуб по сниженным ценам. Масштабы уценки составляли от 50 до 70%. Уцененные товары были размещены под надписями; “На этой вешалке все стоит менее 2000 долларов” и т. п. Покупателей информировали о распродаже с помощью радио, телевидения, объявлений в газетах, где она преподносилась как “единственный шанс в жизни”. Кроме того, покупателям было предоставлено право расплачиваться за покупку в течение двух лет. Такая “агрессивная”, по словам

Котлера, реклама сработала, и залежавшиеся товары были раскуплены. Теперь такого рода рекламу, извещающую покупателей, что на этой вешалке все стоит менее такого-то количества рублей, можно встретить и на наших торговых предприятиях.

Применяется и другая форма организации торговли, направленная на расширение сбыта. Сегодня во многих местах Москвы можно встретить прилавки с разнообразными товарами, каждый из которых продается за 100 руб. Цена на некоторые из этих товаров оказывается ниже той, по которой они реализуются другими торговыми предприятиями, однако есть и такие товары, которые в других магазинах можно приобрести по более низкой цене. Таким образом, продавец этих товаров, теряя на одном из них, выигрывает на другом. В целом же такая форма торговли и такая система установления цен действует, по-видимому, достаточно эффективно и способствует увеличению сбыта.

13.6. Дискриминационные цены

Фирмы часто вносят коррективы в свои цены с учетом различий потребителей. При установлении дискриминационных цен один и тот же товар (или одна и та же услуга) продается по разным ценам. Цены могут различаться в зависимости от того, учитываются ли разные категории покупателей, разные варианты товаров, время продажи и т. д.

Установление различных цен для разных групп покупателей. Цены могут дифференцироваться по категориям покупателей. Плата за посещение музеев, кинотеатров, зоопарков может быть более низкой для студентов, детей, пенсионеров.

Установление цен на варианты товара в отрыве от затрат на них. Разные варианты товаров могут продаваться по разным ценам, хотя различия в ценах совершенно не связаны с различиями в издержках производства. Так, цена более совершенного варианта (модели) товара может превышать цену менее совершенного на 20%, хотя дополнительные затраты на его производство составляют, например, всего 1% издержек производства.

Дифференциация цен на один и тот же товар. Товар может продаваться в разных местах по различным ценам, хотя эти различия никак не связаны с затратами на доставку этого товара в то или иное место его реализации или издержками по его продаже. Так, билеты в театр (кино) продаются по разным ценам в зависимости от ряда, места в зале. Более предпочтительные для зрителя места продаются по более высоким ценам.

Дифференциация цен в зависимости от сезона. Цены могут меняться в зависимости от сезона, дня недели или времени суток. Так, в некоторых супермаркетах в ночные часы действуют более высокие цены на продукты питания. Расчет продавца в этом случае прост — если покупатель пришел в магазин в ночное время, значит, он нуждается в данный момент в определенном товаре и не откажется от его покупки, даже если цена окажется на 10–20% выше той, которую он заплатил бы за него в дневное время.

Как отмечает Котлер, для того чтобы ценовая дискриминация принесла успех, необходимы следующие условия:

1) рынок должен подвергаться сегментированию, т. е. он может быть разделен на отдельные сегменты (части), отличающиеся друг от друга интенсивностью спроса;

2) покупатели того сегмента рынка, где товары приобретаются по пониженной цене, лишены возможности перепродавать его в сегменте, где он продается по более высокой цене;

3) конкуренты не должны располагать возможностью продавать товар дешевле в том сегменте, в котором фирма предлагает его по высокой цене;

4) затраты, связанные с сегментацией рынка и наблюдением за ним, не должны превышать дополнительные поступления, которые получит фирма в результате реализации мероприятий по ценовой дискриминации;

5) установление дискриминационных цен не должно вызывать обиды и неприязни у потребителей;

6) применяемая ценовая дискриминация должна осуществляться в такой форме, которая не противоречила бы действующему законодательству.

13.7. Инициативное изменение цен

В ряде случаев фирмы прибегают к инициативному изменению цен. Оно оказывается необходимым, когда сохранение цен на прежнем уровне вступает в противоречие с интересами фирмы в отношении конкурентоспособности выпускаемых ею товаров.

Инициативное снижение цен. Его применяют в тех случаях, когда фирма недоиспользует производственные мощности. Если нет других путей расширить сбыт, можно прибегнуть к снижению цен, что, как правило, увеличивает спрос. Рост спроса даст возможность увеличить объем производства, повысив уровень использования производственных мощностей. Целесообразность и границы снижения цены должны быть подтверждены расчетами экономической эффективности этого мероприятия.

Другой причиной инициативного снижения цены может стать яростная конкуренция на рынке определенного товара. Если фирма не может противопоставить конкуренту ничего другого (нет возможности привлечь покупателей более эффективной рекламой, повысить конкурентоспособность своего товара, улучшив его качество, и др.), то может оказаться целесообразным снижение цены до такого уровня, который обеспечит появление у этого товара конкурентного преимущества перед аналогичным (или таким же) товаром, выпускаемым другой фирмой. Такие агрессивные меры в ценовой политике использовались фирмой “Дженерал моторс”, а также другими американскими корпорациями для вытеснения японских конкурентов с американского рынка западного побережья США. Иногда инициативное снижение цен используется для завоевания фирмой доминирующего положения на рынке какого-то товара.

Во всех случаях снижения цен необходимо прогнозировать и учитывать возможную реакцию клиентов (покупателей) и конкурентов.

Как отмечает Котлер, потребители могут расценить снижение цен, во-первых, как признак того, что в ближайшее время появится новая, более современная модель товара. Во-вторых, как признак того, что товар имеет какие-то изъяны, и поэтому

возникли трудности с его сбытом. В-третьих, как следствие того, что финансовое положение фирмы неблагоприятно, она может в ближайшее время покинуть рынок и перестанет поставлять запасные части к продаваемым изделиям. В-четвертых, покупатель может оценить информацию о снижении цены как сигнал того, что цена и в дальнейшем снизится, и поэтому не стоит торопиться с приобретением товара. Наконец, снижение цены может рассматриваться покупателем как признак снижения качества товара. Продавец должен учитывать все возможные реакции потребителя на снижение цен и принимать меры, которые исключили бы нежелательное для него сокращение сбыта товара в результате снижения цен.

Инициативное повышение цен. Такая мера, как инициативное повышение цен, несмотря на ее непопулярность у покупателей и дистрибьюторов, часто применяется вынужденно, в силу инфляции. Растут цены на материалы, электроэнергию, комплектующие изделия, а также затраты на заработную плату (рост цен на продукты питания, одежду и другие товары заставляет трудящихся выдвигать требования к работодателям повысить заработную плату), что неизбежно приводит к увеличению затрат на производство и реализацию продукции, снижению ее рентабельности, уменьшению прибыли или даже превращению рентабельной продукции в убыточную. В этих условиях инициативное повышение цены позволяет сохранить или даже увеличить прибыль.

Другая причина инициативного повышения цен — повышенный (чрезмерный) спрос. В этом случае у фирмы появляется возможность увеличить прибыльность своего производства самым простым способом — повысить цены на выпускаемый товар. Чтобы повышение цен не вызывало резкой отрицательной реакции со стороны покупателей, фирмы отменяют скидки, изменяют структуру ассортимента выпускаемой продукции, вводя в него новые, более дорогие изделия или повышая удельный вес выпускавшихся дорогих товаров.

Повышение цен, так же как и их понижение, может вызвать у потребителя неожиданную для продавца реакцию. Вместо

сокращения спроса может наблюдаться его увеличение. Покупатель может расценить повышение цен как признак того, что товар обладает особой ценностью, что он стал ходовым и нужно поторопиться с его приобретением.

13.8. Тактика ценообразования и интересы потребителя

Повышение цен может вызвать определенную реакцию и у конкурентов, которую тоже необходимо учитывать.

В заключение обратим внимание еще на одну сторону вопроса. Котлер в своей книге в качестве примера успешного выбора тактики ценообразования называет ценовую политику фирмы, производившей “Смирновскую водку” и занимавшей 60% соответствующего рынка. Однако когда на рынке появилась фирма, которая стала продавать другую водку, не отличающуюся по качеству от “Смирновской”, как утверждал ее производитель, но на один доллар дешевле, у фирмы, производившей “Смирновскую водку”, возникли проблемы. Как пишет Котлер, производитель “Смирновской водки” мог выбрать один из следующих путей:

- 1) снизить цену на свой товар на один доллар и смириться с уменьшением прибыли;
- 2) сохранить цену, но с помощью увеличения затрат на рекламу попытаться не уменьшать объем продаж;
- 3) сохранить цену на прежнем уровне и не противодействовать сокращению доли своей продукции на соответствующем рынке.

Однако был найден четвертый путь, который Котлер назвал “блистательным”, — фирма, во-первых, повысила цену на водку “Смирновскую” на один доллар за бутылку; во-вторых, она выпустила новую марку водки (“Рельская”) в качестве конкурента той, которую начала выпускать конкурирующая фирма; в-третьих, она выпустила еще одну новую водку, на которую установила цену ниже цены водки конкурента. Но ирония, по мнению Котлера, заключалась в том, что все три марки водки практически не отличались друг от друга...

В связи с этим возникает вопрос: что выиграл (или проиграл) потребитель от этого “блистательного” решения в области ценообразования? Потребитель, конечно, оказался обманутым, и ценовая стратегия была направлена на то, чтобы получить от него больше денег, не улучшая качества товара и не производя никаких дополнительных затрат. Думается, что такая ситуация является типичной, хотя найденное решение вряд ли можно назвать строго соответствующим нормам морали и интересам общества. Но, как писал другой известный исследователь бизнеса Теодор Левитт: “Благополучие и общество не являются делом корпораций. Их дело — делать деньги, а не приятную музыку”.

13.9. Зарубежный опыт государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики (США, Япония, Франция, Канада, Испания)

Как известно, в странах с рыночной экономикой действует принцип свободной торговли, свободного предпринимательства, что предполагает свободу установления цен на производимые товары и услуги. Цены формируются на основе соотношения спроса и предложения и выполняют в рыночном хозяйстве функцию обратной связи — они сигнализируют производителю о состоянии рынка, расширении или сокращении платежеспособного спроса. В результате этого происходит перемещение капитала из сферы с более низким уровнем рентабельности в сферу с более высоким уровнем рентабельности. Поэтому рыночное хозяйство часто называют кибернетической системой, которая автоматически выдает рекомендации о том, что и в каком количестве нужно производить.

Однако это вовсе не означает, что ценообразование в условиях рыночной экономики осуществляется в полной мере стихийно, без всякого вмешательства государства; во всех развитых странах с рыночной экономикой государство в той или иной форме, в тех или иных масштабах оказывает регулирующее

воздействие на процесс ценообразования, осуществляет контроль над уровнем цен. Необходимость государственного регулирования цен вытекает из того значения, которое имеют цены в жизни общества, и определяется рядом причин. От динамики цен зависит направление инвестиций, движение материальных потоков, характер изменений макроэкономических показателей, уровень и динамика благосостояния населения, колебания цен (особенно на товары первой необходимости!) оказывают воздействие на политическую стабильность общества — история знает многочисленные случаи, когда рост цен становился причиной острых социальных конфликтов. Существует целый ряд причин, вынуждающих государство идти на вмешательство в систему ценообразования. Одна из них — необходимость поддержки социально незащищенных групп населения, обеспечение в обществе консенсуса — социального партнерства. Известно, что рыночную экономику, существующую в развитых странах, называют социально ориентированной. Это означает, что экономические процессы регулируются не только рыночным механизмом, они подвергаются также воздействию со стороны государства. Человек сегодня, по-видимому, уже не руководствуется тем соображением, что “лучше всего регулирует то государство, которое меньше всего регулирует”. Демократические страны не удовлетворяются теми ответами на три вопроса (что производить, как производить и для кого производить), которые дает рыночная система. Такая система могла бы предписывать некоторым людям голодать из-за недостатка дохода, а другим — получать несоразмерные или чрезмерные доходы. Это является важной причиной вмешательства государства в экономические процессы, что дает П. Самуэльсону основание писать: “Наша экономическая система — это “смешанная” система свободного предпринимательства, экономический контроль в которой осуществляется со стороны как общества, так и частных институтов”. Одной из целей такого контроля (или регулирования) является “обеспечение минимального жизненного уровня” населения.

Государственное вмешательство имеет многообразные формы — налогообложение, государственные расходы, правила ценообразования. Оно принимает форму принуждения, реализуемую через принятие государственных законов: “ты не должен обвешивать при продаже, ты не должен применять детский труд, ты не должен поджигать дома, ты не должен выпускать дым из фабричной трубы, ты не должен продавать или курить опиум, ты не должен продавать продовольствие по ценам выше максимальных и т. д.”.

Вмешательство государства в ценообразование имеет явную социальную направленность, т. е. защиту граждан (и потребителей, и производителей) от стихии рынка. Государство, таким образом, выступает гарантом национальных интересов.

Можно указать на две причины, вынуждающие общество в лице государства с помощью воздействия на ценообразование обеспечивать определенную социальную защищенность беднейших слоев населения. С одной стороны, здесь присутствуют гуманитарные соображения: П. Самуэльсон указывает на недопустимость положения, при котором собака богача пьет молоко, недоступное из-за высокой цены ребенку из бедной семьи, хотя он и страдает рахитом. С другой стороны, имеются и чисто прагматические соображения, которые заставляют государство заботиться в некоторых случаях о сдерживании роста цен: понижение жизненного уровня порождает ответную реакцию. В зависимости от соотношения доходов наиболее богатых и наиболее бедных (коэффициент Джини) судят о социальной напряженности в обществе. Образно говоря, “котел может перегреться, и произойдет взрыв”. Установлено даже пороговое значение коэффициента Джини. Когда соотношение доходов в обществе достигает этой величины, следует ожидать социального взрыва. Для того чтобы этого не произошло, устанавливается минимальный размер заработной платы (минимальная цена рабочей силы), максимально допустимый уровень цен на некоторые продукты питания и др., а также используется ряд других форм регулирования цен.

В различных развитых странах с рыночной экономикой применяются разные методы государственного воздействия

на систему ценообразования. К одному из методов такого воздействия следует отнести государственные меры по поддержке конкуренции — антимонопольное (“антиггровестовское”) законодательство — запрещение сговоров фирм для установления монопольных цен. Страны различаются по масштабам государственного регулирования ценообразования, по организации процесса регулирования, составу и характеру правительственных организаций, на которые возлагаются функции регулирования процесса ценообразования и контроля за соблюдением соответствующих правил.

В свое время специалистами был достаточно подробно изучен опыт государственного регулирования ценообразования в ряде промышленно развитых стран с рыночной (капиталистической) экономикой: в Австрии, Бельгии, Греции, Дании, Испании, Канаде, Норвегии, США, Франции, Швейцарии, Японии, а также в Европейском сообществе. По результатам этого изучения была составлена подробная записка, освещающая соответствующий опыт, который приобрел для нас особый интерес в настоящее время — в период перехода страны к рыночной экономике.

Рассмотрим методы, формы и масштабы государственного регулирования ценообразования в некоторых из названных стран в последовательности, соответствующей их доле в мировом объеме промышленного производства.

США — около 20% мирового объема продукции

В Соединенных Штатах Америки цены на подавляющее большинство товаров и услуг формирует рынок в процессе свободной конкуренции производителей, продавцов и покупателей. Масштабы государственного регулирования меняются в зависимости от состояния экономики, экономической политики, которой придерживается администрация. Централизованный контроль над ценами был введен в США в 70-е гг. XX в., когда президентом страны стал Р. Никсон. Контроль над ценами был введен как мера, призванная остановить галопирующую инфляцию. В последующие годы контроль над ценами то усиливался, то ослаблялся (в разное время государство регулировало от 5 до 10% цен).

Государственное регулирование цен осуществляется в отраслях, где действуют естественные монополии: энергетика, связь. Тарифы на услуги связи устанавливает государство. Администрация некоторых штатов устанавливает тарифы на электроэнергию, автомобильные и железнодорожные перевозки. Соответствующие компании должны представлять калькуляции затрат, которые рассматриваются специальными комитетами штатов. Для рассмотрения калькуляций привлекаются юристы, экономисты, а также представители потребителей. Также анализируется и утверждается норма прибыли, заявленная производителем. Норма прибыли, как правило, утверждается на более низком уровне, чем предусмотренная в заявках. Нормальной считается прибыль на уровне 12% к вложенному капиталу¹.

Контроль над ценами осуществляют Антитрестовское управление Министерства юстиции США и Федеральная торговая комиссия.

Конгресс США и законодательные собрания штатов принимают антитрестовские законы, направленные на предотвращение чрезмерной монополизации отраслей и рынков, на поддержку свободной конкуренции, конкурентного механизма ценообразования. Эти учреждения контролируют исполнение принятых законов в области ценообразования.

Большой интерес представляет действующая в США система регулирования цен на продукцию фермерских хозяйств. Она была введена в 1933 г.

В центре этой системы находятся так называемые залоговые цены и залоговые операции. *Залоговые цены (или ставки)* выполняют функции минимально гарантированных цен, которые защищают фермеров от падения фактических цен, складывающихся на рынке. Механизм защиты фермеров сводится к следующему.

В США действуют товарно-кредитные корпорации (ТКК), которые предоставляют фермерам кредиты под залог их продукции (собранного урожая). Сумма кредита определяется объемом

¹ См.: Биншток Ф. И. Ценообразование. — М.: Инфра-М, 2001. — С. 176.

собранного урожая и залоговой ценой. Если на рынке сформировалась цена ниже залоговой, то фермер может передать заложенную продукцию в собственность ТКК. Залоговые цены в этом случае превращаются в продажные цены, а полученный фермером кредит — в сумму выручки от реализованной продукции. При этом кредит выдается независимо от того, передается ли продукция на склады ТКК или хранится на складе фермера. И в том, и в другом случае продукция считается реализованной по залоговой цене и становится собственностью ТКК. Если же рыночная цена оказывается выше залоговой, то фермер может реализовать заложенную продукцию по цене, сложившейся на рынке, и вернуть полученный кредит.

Таким образом, ТКК поддерживают цены на пшеницу, рис, кормовое зерно, арахис, хлопок, табак, гарантируя фермерам реализацию этих товаров по ценам не ниже залоговой.

Дифференциация цен допускается также в тех случаях, когда производитель поставляет один и тот же товар, но различного качества. Однако при этом на продавца возлагается обязанность доказывать наличие качественных различий, а также соответствие этих различий разнице в цене.

4. Продавец не имеет права продавать товар ниже себестоимости в целях устранения конкурентов. Этот порядок, устанавливаемый местными законами “о недобросовестной торговой практике”, призван защитить мелких торговцев от крупных, которые могут в целях вытеснения конкурентов (путем их умышленного разорения) продавать товары по ценам ниже себестоимости.

5. Фирмы не имеют права повышать цены в период действия государственного контроля над уровнем цен. Государство время от времени вводит такой контроль для предотвращения скачков цен в основных отраслях промышленного производства в период недостаточного предложения или инфляции. Однако главной сферой, в которой государство ограничивает свободу ценообразования, является деятельность регулируемых отраслей коммунального хозяйства, имеющих характер монополий. Цены на их услуги регулируются государством в целях защиты интересов общества в целом.

6. Наконец, государство принимает меры по недопущению “мошеннического завышения цен”. Такое завышение цен обычно встречается при сбыте товаров широкого потребления, что связано с недостаточной информированностью рядовых потребителей, отсутствием у них специальных знаний в соответствующей области. В 1958 г. Федеральная торговая комиссия выпустила “Руководящие указания по предотвращению мошеннического завышения цен”, предостерегавшие продавцов от рекламирования продажи товаров по сниженным ценам, если это снижение не является скидкой с обычной розничной цены. Руководящими указаниями запрещается реклама, содержащая не соответствующие действительности ссылки на “оптовые цены”, “цены с завода” и др. Запрещается также реклама, содержащая сравнение с ценами товаров, не сопоставимых по характеристикам их ценностной значимости.

Япония — около 7% мирового объема промышленной продукции

Хотя в Японии в целом проводится курс на невмешательство государства в процесс ценообразования и действует обычный механизм формирования цен в зависимости от спроса и предложения, государство не отказывается полностью от воздействия на цены, не отдает процесс установления цен на откуп стихийным рыночным силам и структурам.

В Японии действует антимонопольный закон (1947), запрещающий заключение соглашений о контроле над ценами между фирмами-производителями и сбытовыми компаниями. По отдельным группам товаров государство активно воздействует на ценообразование. Особое внимание уделяется в Японии ценообразованию на продукты сельскохозяйственного производства. Так, в Японии действуют законы о регулировании рынка продовольственных товаров, о стабилизации цен на продукты животноводства. Без вмешательства государства в ценообразование разорилась бы большая часть фермерских хозяйств, затраты которых значительно выше, чем во многих развитых странах. С применением административных методов

регулируется примерно 20% потребительских цен, в том числе цены на рис, пшеницу, мясные и молочные продукты. Кроме того, таким же методам воздействия подвержены тарифы на электроэнергию, газ, железнодорожные тарифы, цены на воду, а также на образование и медицинское обслуживание¹. Так, для установления или изменения тарифов на электроэнергию требуется санкция министра.

Для поддержания цен на уровне, который обеспечивает рентабельность производства отечественным предприятиям, в Японии применяются такие методы, как введение количественных ограничений импорта (мяса, сахара, шелка-сырца и др.), создание буферных запасов в период спада цен и распродажа товаров из накопленных запасов в период роста цен. Так, действующая в стране корпорация по содействию развитию животноводства скупает и распродает “избыточные” товары в зависимости от цен на них по сравнению с рекомендуемыми. Рекомендуемые цены устанавливаются государственными органами: на рис и пшеницу — парламентом по представлению премьер-министра; на мясные и молочные продукты — министром земледелия, лесоводства и рыболовства. Рекомендуемые цены ежегодно пересматриваются в зависимости от затрат японских фермеров на соответствующие продукты, а также колебаний мировых цен на них. Так, если фактические оптовые цены на молочные продукты оказались ниже рекомендуемого уровня на 10%, корпорация в целях образования буферных запасов осуществляет закупку товаров, а при превышении рекомендуемого уровня на 4% — их распродажу.

Через систему государственных предприятий в Японии регулируются цены на товары прежде всего базовых отраслей — угольной промышленности, атомной энергетики, черной металлургии, а также в сфере коммунальных услуг, на транспорте и предприятиях связи, в сельском хозяйстве,

¹ См.: Чувилин Е. Д., Дмитриева В. Г. Государственное регулирование и контроль цен в капиталистических странах / Под ред. В. К. Сенчагова. — М.: Финансы и статистика, 1991. — С. 82.

в области здравоохранения, системе образования. Почти половину законов можно охарактеризовать как вмешательство государства в процесс ценообразования (регулирование цен в горнодобывающей и обрабатывающей промышленности, сельском хозяйстве и др.).

Большую роль в области ценообразования играет Бюро цен при агентстве по экономическому планированию. Главная задача Бюро — обеспечение стабильности цен. С этой целью оно поддерживает спрос на необходимом уровне, проводя соответствующую фискальную и финансовую политику, осуществляет контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, обеспечивает стабильность поставки товаров первой необходимости, стимулирует импорт.

Франция — примерно 3% мирового объема промышленной продукции

Франция относится к числу тех стран с рыночной экономикой, где осуществляется довольно жесткое государственное регулирование ценообразования. Такой подход к ценообразованию соответствует проводимому в этой стране курсу государственного регулирования и программирования экономического развития. Сразу после освобождения Франции от немецкой оккупации и окончания войны были приняты законы (июнь 1945 г.), провозглашавшие принцип блокирования цен на довоенном уровне (на 1 сентября 1939 г.). Правительству удалось добиться снижения цен на 10% по широкой группе товаров. В дальнейшем принимались законы, предусматривающие то ужесточение контроля над ценами, то его ослабление.

Интересной формой регулирования цен стали “контракты стабильности”, “программные контракты” и “контракты против повышения цен”, которые принимались соответственно в 1965, 1966 и 1971 гг.

“Контракты стабильности” заключались между государством и предприятиями. По этим контрактам предприятия имели право повышать цены на одни товары только при снижении цен на другие. Таким путем достигалась стабилизация цен.

“Программные контракты”, также заключаемые государством с предприятиями, предусматривали обязанность предприятий предоставлять государству информацию о принятых ими инвестиционных программах, финансовом положении, занятости, перспективах выхода на внешний рынок. Одновременно должна была предоставляться и подробная информация, связанная с формированием цен и анализом положения на рынке, а также о конкуренции, технико-экономических параметрах выпускаемой продукции и др. Государство использовало эту информацию для того, чтобы обеспечить такую эволюцию цен, которая отвечала бы условиям международной конкуренции. Такой механизм государственного регулирования распространялся на те товары и услуги, которые ранее были охвачены *“контрактами стабильности”*.

Система *“контрактов против повышения цен”* была введена, чтобы замедлить темпы роста инфляции. Для достижения этой цели между предприятиями и государством заключались контракты, в соответствии с которыми предприятия брали на себя обязательства ограничивать рост цен на свою продукцию. Правительство, в свою очередь, брало на себя обязательство не применять меры, которые бы вели к росту издержек производства.

В 70-е гг. XX в. правительство Франции начало применять активные меры по блокировке и регулированию цен. На отдельных этапах блокировкой охватывалось 100% цен. Те предприятия, рост прибыли которых опережал рост цен, облагались специальным антиинфляционным налогом.

В первой половине 70-х гг. XX в. были приняты жесткие меры по ограничению доходов как в государственном, так и в частном секторах экономики. Однако в связи с повышением мировых цен на нефть в середине 70-х гг. прошлого столетия замедлились темпы экономического роста Франции, возрос общий уровень цен, усилилась инфляция, что ухудшило положение трудящихся. Это привело к забастовочному движению с требованием повысить заработную плату. Предприниматели для сохранения своих прибылей стали повышать цены. Пред-

приятия, которые в связи с блокировкой цен не могли повысить цены, терпели убытки и разорялись. Многие экономисты стали указывать на низкую эффективность контроля в борьбе с инфляцией, ссылаясь при этом на опыт других стран, где делался упор на косвенное регулирование цен и где инфляция оказалась ниже, чем во Франции. Рост инфляции сопровождался и другими негативными явлениями в экономике — чрезмерным ростом импорта, ослаблением позиций страны на мировом рынке. Все это толкнуло правительство Франции к либерализации цен. В дальнейшем процесс либерализации цен продолжился, и к 1986 г. около 90% цен было выведено из-под государственного контроля (этому способствовало поражение социалистов на выборах).

Вместе с тем либерализация цен не означала полного прекращения контроля над ценами. Изменились лишь формы государственного воздействия на процесс ценообразования: жесткие “дирижистские” методы уступили место косвенным методам регулирования цен. Правительством были приняты меры по поддержке ценовой конкуренции; были запрещены всякого рода союзы производителей, импортеров, оптовых и розничных торговцев, заключение соглашений о “минимальных ценах” или о “рекомендуемых ценах” на промышленную продукцию, товары народного потребления и услуги.

В 1986 г. в специальном постановлении правительства Франции было провозглашено *свободное установление цен в процессе конкуренции*. При этом сохранялось регламентирование цен в тех секторах и зонах, где конкуренция оказывалась ограниченной вследствие господства монополий и т. п. Сохранялась возможность приостанавливать государственным декретом чрезмерное повышение цен, временно вводить соответствующие меры, необходимость которых обуславливалась чрезвычайными ситуациями.

Либерализация цен привела к изменению структуры государственных органов по контролю над ценами. До 1986 г. органы ценообразования были представлены в составе Министерства планирования и финансов самостоятельным департаментом, а

после 1986 г. были сокращены их штаты и они были включены на правах отделов в департамент по конкуренции. Однако и после этого в стране насчитывалось около 3 тыс. государственных контролеров по ценам. Контролеры должны осуществлять наблюдение за государственной дисциплиной цен, составлять акты в случае, если выявлены нарушения правил ценообразования, и передавать эти акты в финансовый трибунал, который может накладывать санкции на юридических лиц, допустивших такие нарушения.

Характеризуя систему вмешательства общества в процесс ценообразования Франции, необходимо отметить еще три обстоятельства. Во-первых, во Франции действует общий порядок, при котором сделки должны быть гласными. *Принцип гласности*, распространяющийся как на оптовую, так и на розничную торговлю, предусматривает предоставление полной информации о затратах и ценах для предотвращения злоупотреблений в условиях конкурентной борьбы. Требование гласности сделок, предъявляемое государством ко всем фирмам, следует квалифицировать как элемент контроля со стороны государства над стихийным процессом ценообразования (который в условиях отсутствия гласности может принимать нежелательные для общества формы).

Во-вторых, во Франции действует разветвленная система общественного контроля над ценами и качеством товаров. Общество потребителей с помощью нескольких частных институтов, занимающихся экспертизой промышленной продукции, товаров народного потребления и услуг, контролирует деятельность частных фирм, предотвращая с их стороны злоупотребления в области ценообразования и качества.

В-третьих, государство, проводя блокировку цен, осуществляло *дифференцированный подход* к фирмам в зависимости от масштабов их деятельности. Мелкому и среднему бизнесу оказывалась поддержка со стороны государства, так как в противном случае при росте цен на энергетические и другие ресурсы мелкие и средние фирмы попросту разорились бы и прекратили свое существование.

Поэтому местные власти рассматривали заявления мелких и средних предприятий с просьбой разрешить повышение цен сверх установленного государством уровня. Такие просьбы, как правило, удовлетворялись.

**Канада — около 2% мирового объема
промышленной продукции**

В Канаде не существует целостной системы государственного регулирования цен. Отсутствует какая-либо государственная организация, которая владела бы достаточно полной информацией о деятельности правительства в области регулирования ценообразования. Однако к работе по регулированию процесса ценообразования и проведению антимонопольных мер, направленных на защиту свободного формирования цен на основе конкуренции, причастны большинство министерств, правительственных ведомств и организаций, а также многочисленные провинциальные организации (всего свыше 100 организаций на федеральном и провинциальном уровнях). Канадские специалисты считают, что действующая в стране система регулирования цен нуждается в реформировании. В настоящее время регулирование цен охватывает до 10% товаров и услуг.

**Испания — немногим более 1% мирового объема
промышленной продукции**

В Испании осуществляется государственный контроль над ценами и их государственное регулирование, прежде всего в отношении товаров первой необходимости, а также в отношении товаров, производство которых монополизировано. Это касается товаров, производимых государственными предприятиями, а также некоторыми частными компаниями. Списки товаров и услуг, на которые распространяется принудительное ценообразование, регулярно публикуются в бюллетенях коммерческой информации.

Контроль над формированием цен осуществляется Высшим советом по ценам при Министерстве экономики и финансов, учрежденным Королевским указом в 1977 г. В состав Совета вхо-

дят его президент, назначаемый по предложению министра экономики и финансов, представители министерств труда, сельского хозяйства, общественных работ и городского строительства, промышленности и энергетики, экономики и финансов, здравоохранения и социального обеспечения, транспорта, туризма и связи (по одному представителю от каждого министерства). Если Совет рассматривает вопросы, затрагивающие интересы других министерств, то их представители также принимают участие в работе Совета. Совет осуществляет следующие функции:

- рассматривает на пленарных заседаниях ходатайства государственных и частных компаний об изменении цен на конкретные виды товаров и услуг;

- разрабатывает рекомендации по изменению цен;

- координирует деятельность провинциальных комиссий по ценам и др.

В основе существующей в Испании системы государственного регулирования ценообразования лежит деление цен на разрешительные, уведомительные и местные.

Разрешительные цены — цены, повышение которых частные и государственные компании могут осуществлять только после получения разрешения от правительственной комиссии. Такие цены устанавливаются на соевое масло, электроэнергию, газ, бензин, керосин, фармацевтические товары, услуги почты, телеграфа, телефонной связи, железных дорог, на автомобильные, пассажирские и грузовые перевозки и другие товары и услуги.

Уведомительные цены — цены, повышение которых может осуществляться компаниями самостоятельно, но при условии, что за месяц о предстоящем повышении цен будет извещен Высший совет. Такие цены устанавливаются на стерилизованное молоко, растительное масло, фуражное зерно, минеральные удобрения.

Местные цены — цены, повышение которых относится к компетенции провинциальных комиссий по ценам.

Соотношение позиций товарной номенклатуры, цены на которые подвергаются тому или иному виду регламентирования, постоянно меняется. По последним имеющимся данным, удельный вес непосредственно устанавливаемых государством потребительских цен составляет около 10%.

Швейцария — примерно 0,5% мирового объема промышленной продукции

В Швейцарии действует несколько нормативных документов, на основе которых государство воздействует на процесс ценообразования. Особое внимание в этой стране уделяется ценообразованию на товары тех отраслей, которые финансируются государством, т. е. на товары сельскохозяйственного производства. При этом ставится задача обеспечить рентабельность сельского хозяйства и гарантировать крестьянским хозяйствам такие доходы, которые соответствуют доходам наемных работников в других отраслях.

В Швейцарии большое значение придается защите производителей от конкурентного давления внешнего рынка (путем регулирования ввоза сельскохозяйственных продуктов — главным образом овощей и фруктов).

Правительство субсидирует ряд отраслей экономики (в первую очередь железнодорожный транспорт, дорожное строительство, сельское хозяйство).

В Швейцарии действуют специальные государственные структуры, занимающиеся регулированием цен и осуществляющие контроль за их уровнем. В составе Федерального департамента экономики Швейцарии имеется Федеральное ведомство по контролю за ценами. Федеральное правительство назначает уполномоченного по контролю за ценами. Кроме того, правительства кантонов создают местные органы, которые оказывают содействие федеральным органам, ответственным за ценообразование.

Перечень товаров, цены на которые являются объектом контроля со стороны государства, определяется Федеральным департаментом экономики; Федеральное ведомство по контролю

за ценами утверждает перечень товаров, в отношении которых им могут издаваться предписания о верхних пределах цен или прибылей. В случае необходимости оно принимает решение об установлении оптимального уровня цен на эти товары. Верхние пределы цен устанавливаются в тех случаях, когда не удается достичь приемлемого решения об оптимальном уровне цен. При установлении оптимального уровня цен принимаются во внимание:

- ☐ тенденции изменения цен на сравнимых рынках;
- ☐ тенденции изменения уровня издержек;
- ☐ необходимость получения соразмерной прибыли;
- ☐ особые предпринимательские услуги и особые рыночные отношения;
- ☐ общественные интересы.

Оптимальный уровень цен устанавливается после того, как рассмотрены мнения заинтересованных экономических кругов.

Нарушение государственных предписаний в области ценообразования карается наложением штрафов и в определенных случаях подлежит уголовному преследованию.

К контролю над уровнем цен широко привлекаются общественные организации, в частности фонд защиты прав и интересов потребителей, деятельность которого оценивается как достаточно эффективная.

Деятельность уполномоченного по контролю за ценами распространяется только на цены, устанавливаемые картелями и подобными организациями. Если эти организации намереваются повысить цены, то они обязаны сообщить об этом уполномоченному по ценам. Уполномоченный по ценам должен в течение 30 дней дать свое заключение — является ли данное повышение цен добросовестным или нет. Недобросовестным считается повышение цен, не являющееся результатом свободной конкуренции, при которой покупатели имеют возможность выбирать между сравнимыми предложениями. Если обнаружено злоупотребление при установлении новой цены, уполномоченный по ценам может отказать в разрешении на повышение цены (полностью или частично).

Австрия — около 0,4% мирового объема промышленной продукции

В Австрии регулирование цен осуществляется по двум направлениям:

- 1) прямое государственное регулирование цен;
- 2) регулирование с помощью “социального партнерства”, т. е. на основе соглашений, заключаемых представителями правительства, предпринимателей и трудящихся.

Прямое государственное регулирование осуществляется на основе закона 1976 г. (в ред. 1988 г.). Законом определен перечень товаров и услуг, по которым *министр экономики* (а по фармацевтическим препаратам — министр здравоохранения) имеет право устанавливать максимальные, минимальные и твердо фиксированные цены. На практике используются максимальные цены (т. е. фиксируется верхний предел цены, превышение которого недопустимо).

Фактически регулируются цены на лом и отходы черных металлов, фармацевтическое сырье, лекарственные препараты, электроэнергию, газ, теплоснабжение. Однако при возникновении кризисной ситуации можно ввести регулирование цен на любые товары в течение всего периода сохранения такой ситуации. Законом установлены уполномоченные органы, которые могут вводить регулирование цен: *Министерство экономики и Министерство сельского и лесного хозяйства*.

Кроме того, министр экономики может ввести регулирование цен на период до 6 месяцев на любой товар (услугу), если имеет место совместное обращение о необоснованном завышении цен (в целом по отрасли, или по отдельным предприятиям, или по группе предприятий, занимающих доминирующее положение) следующих структур:

- ☐ Федеральной палаты экономики;
- ☐ Объединения сельскохозяйственных палат, выражающих интересы крестьянских хозяйств;
- ☐ Объединения палат рабочих и служащих;
- ☐ Объединения австрийских профсоюзов.

Последние два объединения призваны выражать интересы лиц наемного труда.

Регулирование цен может вводиться и без случая необоснованного их завышения, если такое регулирование считают необходимым ввести указанные выше организации и имеется их соответствующее обращение.

Министр экономики может и самостоятельно устанавливать цены на срок до 6 месяцев в случае необоснованного их завышения одним или несколькими предприятиями, а также в тех случаях, когда предприниматели не снижают цены на свою продукцию, несмотря на то, что подешевели сырье и материалы, используемые для ее производства. Устанавливаемые министром экономики цены, согласно закону, должны быть оправданными с точки зрения приоритетных интересов развития экономики страны в целом, а также интересов потребителей. Для проработки вопросов ценообразования, подготовки соответствующих решений при Министерстве экономики действует возглавляемая министром *межведомственная комиссия по ценам*, в состав которой помимо представителей государственных структур входят также представители Объединения палат рабочих и служащих.

Для установления цен на продукты сельского хозяйства требуется согласие министра сельского и лесного хозяйства, а решение об установлении цен на субсидируемые государством товары должно согласовываться с министром финансов.

Право регулирования цен может быть делегировано главам правительств федеральных земель (провинций), если имеют место значительные региональные различия ценообразующих факторов, а также в случаях, когда необходимо упростить процесс принятия решений по этому вопросу.

Местные органы административных округов и полиция контролируют соблюдение установленного уровня цен; кроме текущего контроля по указанию министра экономики осуществляются специальные рейды проверок по определенным группам товаров. Материалы об итогах проверок, выявленных нарушениях направляются в Министерство экономики. Пред-

приниматели обязаны представлять органам, осуществляющим регулирование цен и контроль над ними, всю необходимую для их деятельности информацию. Министерство экономики дважды в год проводит совещания представителей всех органов, причастных к регулированию цен и контролю за соблюдением правил ценообразования.

Государство контролирует цены на ряд импортируемых товаров (фрукты, овощи, картофель, кофе, какао, удобрения, корма). Закон устанавливает, что внутренние цены на такие товары должны устанавливаться на уровне фактических закупочных импортных цен с прибавлением к последним экономически оправданных издержек и прибыли импортера. Если таможенные пошлины на ввозимые сельскохозяйственные товары и продукты их переработки были отменены или снижены, соответствующим образом должна быть снижена и внутренняя цена на них. На нарушителей этого правила налагается штраф.

Отдельными решениями парламента устанавливаются цены на товары и услуги, которые являются объектом государственной монополии (табак, табачные изделия, соль, почтовые сборы, телефонные, телеграфные, железнодорожные тарифы). Министерство финансов устанавливает цены на спиртные напитки, также являющиеся объектом государственной монополии.

Государство устанавливает максимальный уровень расценок на услуги адвокатов и архитекторов (соответственно Министерство юстиции и Министерство экономики).

Система социального партнерства включает, помимо названных структур, *Паритетную комиссию по вопросам цен и заработной платы*, работающую под председательством канцлера Австрии. В эту комиссию входят представители названных выше “социальных партнеров”, министр экономики, министр сельского и лесного хозяйства, министр труда и социального обеспечения.

Комиссия не наделена властными полномочиями; ее решения принимаются на основе консенсуса; федеральный канцлер и другие члены правительства в голосовании не участвуют.

Основной задачей Паритетной комиссии является обеспечение оптимального соотношения между уровнем заработной

платы и ценами на товары и услуги. Для решения этой задачи в составе Паритетной комиссии функционируют подкомиссия по ценам, подкомиссия по заработной плате, а также Совет по экономическим и социальным вопросам.

Подкомиссия по ценам занимается регулированием цен на те товары и услуги, которые в данный момент оказались за рамками системы государственного регулирования цен. Задача подкомиссии — не допустить необоснованного повышения цен. В соответствии со сложившейся практикой любое повышение цен предприниматели согласовывают с “социальными партнерами”, представляя подробное обоснование предстоящего повышения цен.

Тем же занимается *подкомиссия по заработной плате*, она рассматривает предложения по повышению заработной платы, проверяет обоснованность предлагаемого повышения.

Решения о повышении цен и заработной платы принимаются Паритетной комиссией по представлению подкомиссий. Если в рамках Паритетной комиссии не удалось достигнуть согласия, то “социальные партнеры” могут выйти с предложением включить соответствующие товары и услуги в круг тех товаров и услуг, на которые распространяется система государственного регулирования цен.

Существенные особенности имеет действующая в стране система регулирования цен на молоко, зерно и мясо, являющиеся, как известно, основными продуктами питания человека. Регулирование цен на перечисленные продукты имеет особое значение для обеспечения социальной стабильности. Государственное регулирование цен на эти продукты осуществляется через специальные организации: Молочный фонд, Зерновой фонд и Комиссию по животноводству и производству мяса.

Молочный фонд является самостоятельной административной единицей, обладающей статусом юридического лица. В правление Молочного фонда входят представители Министерства сельского и лесного хозяйства, а также “социальных партнеров” (Федеральной палаты экономики, Объединения сельскохозяйственных палат, Объединения палат рабочих и служащих и Объединения австрийских профсоюзов).

Во-первых, Молочный фонд устанавливает для каждого молокозавода:

- регион, в пределах которого завод закупает молоко и реализует продукцию;

- количество и ассортимент выпускаемой продукции.

Во-вторых, фонд вносит в Паритетную комиссию предложения по установлению базовых цен на молоко и молочные продукты и предоставляет дотации на производство и транспортировку продуктов тем предприятиям, которые имеют высокий уровень издержек производства.

Таким образом, Молочный фонд не только регулирует цены, но и занимается, по существу, планированием производства и сбыта, финансированием изготовления молочной продукции, ее региональным распределением.

Средства Молочного фонда формируются за счет отчислений от реализации продукции, производимой теми предприятиями, которые имеют более низкий уровень издержек производства, а также за счет импортных и экспортных сборов.

На основе предложений Молочного фонда на всей территории страны вводится единая базовая цена на молоко (за исключением молока, получаемого с применением специальных кормов и используемого для производства некоторых видов твердых сыров).

Такие молочные товары, как сливочное масло, сыр, сухое молоко, реализуются потребителям по ценам ниже себестоимости. Это оказывается возможным в результате перераспределения финансовых средств между молокозаводами — выдачи дотаций одним предприятиям (с высокими издержками производства) и установления надбавок к цене молока и других молочных продуктов, которые реализуются по ценам выше себестоимости.

Аналогичная система регулирования цен действует и в отношении зерна. В стране создан *Зерновой фонд*, также обладающий статусом юридического лица. Фонд включает представителей тех же организаций, что и Молочный фонд (Министерства сельского и лесного хозяйства и “социальных партнеров”).

Ежегодно заключается “Зерновой протокол”, который полностью регулирует производство и сбыт зерна на текущий

год. Протокол устанавливает единые по всей стране твердые закупочные цены на все виды зерновых. По этим ценам осуществляется оплата производителям сдаваемого ими зерна, что ограждает их от стихийных рыночных сил, непредсказуемых колебаний цен. “Зерновой протокол” регулирует не только цены, но и посевные площади под отдельные культуры.

Зерновой фонд (совместно с Министерством сельского и лесного хозяйства) выдает разрешения на экспорт и импорт зерна, осуществляет субсидирование экспортных цен. Финансовые средства Зернового фонда формируются за счет отчислений из государственного бюджета, а также за счет средств, полученных от реализации зерновой продукции и удобрений.

Действующая в стране *Комиссия по животноводству и производству мяса* определяет максимальный и минимальный уровень цен на мясо, регулирует предложение товара на рынке, предоставляя производителям на договорной основе субсидии на хранение мяса и мясопродуктов, а также выдает экспортные и импортные лицензии, решает вопросы предоставления экспортных субсидий (за счет государственного бюджета и бюджетов федеральных земель).

С точки зрения воздействия на рыночный процесс ценообразования большое значение имеют предпринимаемые в Австрии меры против монополизма. В целях недопущения монополизации рынка и необоснованного завышения цен в Австрии был принят Закон о картелях (в ред. 1988 г.). Закон направлен на предотвращение злоупотреблений картелями и отдельными предприятиями, занимающими доминирующее положение на рынке того или иного товара. С этой целью введена обязательная регистрация картелей в реестре “Картельного суда”, который выдает разрешение на создание картелей только при отсутствии в картельном соглашении каких-либо положений, имеющих целью оказание давления на процесс свободного ценообразования. Нарушение картельного законодательства жестко карается (вплоть до лишения свободы). Законодательство предусматривает возможность аннулирования разрешения на деятельность картеля.

Регулирование цен на новую продукцию, как считается в Австрии, может тормозить научно-технический прогресс и расширение номенклатуры выпускаемой продукции. Поэтому на новую продукцию цены не регулируются, их формирует рынок. Однако в дальнейшем повышение цен на эту продукцию подпадает под существующие правила регулирования цен. В соответствии со сложившейся практикой цены повышаются один раз в год.

Греция — примерно 0,4% мирового объема промышленной продукции

В Греции применяются различные методы государственного регулирования процесса ценообразования. По некоторым данным, примерно 20% наименований потребительских товаров и услуг реализуется по ценам, регулируемым государственными органами.

Правовой основой такого регулирования является утвержденный в 1989 г. Указом Президента *Кодекс рыночного регулирования*. Согласно Кодексу все товары и услуги разбиваются на две группы:

1) товары и услуги, ценообразование на которые входит в компетенцию правительства и других государственных (или полугосударственных) органов. К числу таких товаров относятся сельскохозяйственные товары массового производства (пшеница, табак, изюм), электроэнергия, услуги общественного транспорта, почты, связи, авиапассажирские перевозки и некоторые другие услуги. Изменение цен на указанные товары и услуги осуществляется по решению межминистерского комитета по ценам и доходам, возглавляемого министром национальной экономики. В состав комитета входит ряд других министров: министры финансов, промышленности, сельского хозяйства, торговли, труда, здравоохранения. Изменение цен на товары данной группы рассматривается комитетом как по представлению предложений министерств и государственных компаний, так и по собственной инициативе;

2) остальные товары и услуги, регулирование цен по которым осуществляет министр торговли Греции. Предусматрива-

ется возможность делегирования этих его функций (целиком или частично) местным органам власти. Однако все их решения в области ценообразования подлежат утверждению министром торговли (только после утверждения решения приобретают юридическую силу).

Товары и услуги, входящие в данную группу, подразделяются на три категории:

- 1) существенные недостаточные;
- 2) существенные достаточные;
- 3) несущественные.

На товары и услуги первой категории устанавливается верхний предел цены или максимальная прибыль (в процентах или в абсолютном выражении) как для оптового, так и для розничного торговца. К товарам первой категории относятся безалкогольные напитки, услуги ресторанов, баров, закусочных (низких категорий), сельскохозяйственные орудия, некоторые виды автомобилей и новые запасные части к ним, топливо (бензин, мазут, сжиженный газ), услуги такси и тому подобное — всего 121 позиция.

Цены на товары второй категории подвергаются менее жесткой регламентации и контролируются только в целях предотвращения получения торговой сверхприбыли. Такой порядок ценообразования распространяется на моющие средства, некоторые виды сырья, полуфабрикаты, гипс, асбест, некоторые виды домашнего оборудования, услуги автостоянок, ресторанов и тому подобное — всего 86 видов товаров и услуг. Вопрос о том, является ли определенная цена инструментом извлечения сверхприбыли, решается в каждом конкретном случае.

Наконец, цены на товары и услуги третьей категории, которые не считаются товарами жизненной необходимости, формируются на рынке в зависимости от соотношения спроса и предложения, и государство не участвует в процессе ценообразования на эти товары.

Деление товаров на указанные категории время от времени меняется и, соответственно, изменяется число позиций товаров, цены на которые регулируются тем или иным способом.

Хотя почти весь жилой фонд находится в частной собственности, величина арендной платы на жилье устанавливается государством (исходя из стоимости земельного участка, износа здания, этажности). Государством цены фиксируются на два года, после чего они пересматриваются.

Большое значение придается в Греции контролю за соблюдением цен, регулируемых государством. В Министерстве торговли имеется специальный отдел, осуществляющий сбор соответствующей информации и указанный контроль. Кроме того, в ведении Министерства торговли находится специальная служба — рыночная полиция, которая контролирует цены на рынках и в магазинах.

В Греции осуществляется субсидирование (из средств государственного бюджета) государственных предприятий (общественный транспорт, почта и связь, электро- и водоснабжение и др.) в целях поддержания на услуги этих предприятий заниженных цен, не покрывающих соответствующие издержки. В некоторых случаях применяются прямые дотации нерентабельным предприятиям. Нарушение правил ценообразования карается путем наложения штрафов.

Норвегия — 0,3% мирового объема промышленной продукции

Государственные структуры в Норвегии стремятся обеспечить соответствие процесса ценообразования интересам общества. На решение этой задачи направлено действующее законодательство о контроле над ценами, прибылью, об ограничении конкуренции. Закон запрещает любые соглашения, направленные на установление несправедливых (высоких) цен, с целью получения повышенной прибыли. Действие закона распространяется на все виды предпринимательской деятельности независимо от вида производимых и реализуемых товаров и услуг. Государство в лице соответствующих административных органов имеет право устанавливать максимальный и минимальный уровни цен, “замораживать” цены. Кроме того, государство устанавливает максимальный уровень прибыли, а также

предельный уровень цен на такие товары, как мясо, молоко, маргарин, химические удобрения, цемент, лекарства.

Контроль за соблюдением законодательства, регулирующего процесс ценообразования, осуществляют Министерство труда и администрации, Совет по ценам, Директорат по ценам, Государственная инспекция по ценам и др.

Нарушение положений Закона о ценах и других нормативных документов, регламентирующих систему ценообразования и защиту конкуренции, строго преследуется. Виновные могут быть приговорены к уплате штрафа и даже тюремному заключению (в некоторых случаях на срок до трех лет). Кроме того, осуществляется конфискация прибыли, полученной в результате установления завышенных цен.

Система ценообразования и налогообложения в Норвегии направлена на защиту местного товаропроизводителя. Если импорт некоторых изделий приводит к нежелательному для отечественного производителя снижению цен, то норвежское правительство прибегает к ограничению ввоза таких изделий (квотированию импорта).

Большое влияние на ценообразование оказывает действующий в стране налог на добавленную стоимость, уровень которого составляет 20%.

Дания — 0,2% мирового объема промышленной продукции

Государственное воздействие на процесс ценообразования в Дании невелико, цены складываются главным образом на основе свободной конкуренции. Законодательным путем устанавливаются цены на продукцию государственных предприятий, доля которых невелика. Удельный вес твердых или регулируемых государством цен в общем их объеме составляет около 6%.

Главное направление воздействия государства на процесс ценообразования — защита конкуренции от деятельности монополий. Однако в Дании действует Закон о ценах и прибыли (1974), содержащий определенный порядок установления цен. Нарушение утвержденного порядка ценообразования наказывается штрафом, арестом имущества.

Система государственных дотаций к ценам в Дании фактически отсутствует, хотя существует система государственной поддержки фермеров (предоставление государственных гарантий на займы, для капитального строительства, внедрения энергосберегающих систем, льготные кредиты молодым фермерам, купившим собственное хозяйство, и т. п.).

Контрольные вопросы

1. Понятие ценообразования и его стратегия.
2. Порядок установления цен на товары.
3. Характеристика товарной номенклатуры.
4. Взаимозачеты и скидки, стимулирующие и инициативные цены.
5. Особенности зарубежного опыта государственного регулирования цен в условиях рыночной экономики.

Глава 14. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАМЕНЫ АДМИНИСТРАТИВНО-КОМАНДНОЙ ЭКОНОМИКИ НА РЫНОЧНУЮ

14.1. Причины краха социалистических методов хозяйствования

Социалистические идеи впервые зародились, как известно, в виде представлений о фантастическом острове социальной справедливости и различных описаний утопических “городов Солнца”. Впоследствии они были развиты Марксом и Энгельсом в концепцию о социалистическом переустройстве общества с помощью диктатуры пролетариата, завоевания им политической власти и использования государственного аппарата в целях обобществления капиталистической собственности и проведения других социалистических преобразований.

Всеобщее обобществление, осуществленное по предложенной ими схеме, в бывшем СССР и во многих странах Восточной Европы обусловило, помимо всего прочего, достаточно длительное применение командно-административных методов управления экономикой. Сейчас многие теоретики и политики-практики считают, что это явилось главной причиной многих социальных бед, в том числе стагнации экономического роста, переросшей в последние годы во всесторонний и глубокий кризис социума почти во всех бывших социалистических странах. Это, в свою очередь, определило в качестве центрального курса политики этих государств по принципу — “вперед через возврат” к частной собственности и предпринимательству под флагом

рынка и возрождения частнопредпринимательской инициативы. Следует отметить, что подобный поворот осуществляется во всех бывших социалистических странах, в частности, в России, без глубокой теоретической проработки такого поворота и наиболее эффективных путей и средств их достижения.

Созданная более чем за 70 лет социалистическая система рухнула в одночасье на глазах у всего мира, показав тем самым свою недееспособность в экономике, политике, идеологии и во всех других сферах. Остается очевидным, что, начиная переход к рынку и возрождению предпринимательства, следовало бы с особой тщательностью проанализировать те причины, которые привели к краху и вызвали глубокий и всесторонний кризис в СССР и других бывших социалистических странах. Ведь без выявления причин, как свидетельствует даже простой житейский опыт, нельзя успешно лечить ни одно серьезное заболевание, тем более социально-экономического характера.

Экономическая теория до сих пор, к сожалению, не дала всестороннего анализа причин трудностей и кризисных обвалов в СССР и во многих бывших социалистических странах. В ряде публикаций последних лет причины кризиса социалистической системы нередко увязываются с порочностью самой социалистической идеи, с органическими изъянами той экономической основы, к созданию которой эта идея призывает и на которую она направлена, т. е. с пороками прежде всего социалистической общественной собственности на средства производства. Так, Збигнев Бжезинский, бывший советник президента США по национальной безопасности, а ныне советник Центра стратегических и международных исследований в Вашингтоне и профессор в Университете Джона Хопкинса, в своей книге "Большой провал. Рождение и смерть коммунизма в двадцатом веке", например, пишет: "...Провал коммунизма — это интеллектуальный провал. Он не сумел принять в расчет составляющее основу человеческого бытия стремление к индивидуальной свободе... Коммунизм, выставляя себя в качестве новаторской системы, на самом деле душил творческое начало общества.

Этот интеллектуальный провал нанес удар по коммунизму и на международном уровне. Марксизм-ленинизм не предвидел и не учел тех фундаментальных сил, которые формируют международную ситуацию XX века”¹.

При более тщательном и глубоком анализе есть достаточно оснований прийти к выводу, что крах социалистической системы связан не с порочностью самой социалистической идеи, а с более многообразными причинами. Среди них в первую очередь часто называют ошибки “мертвых” и ныне здравствующих вождей и правительств, многолетнее господство тоталитарного режима, всеобъемлющее планирование и др.

При анализе краха социалистической системы многообразные причины этого краха важно разделять на две группы: 1) объективные трудности и недостатки; 2) субъективные просчеты и ошибки. О субъективных просчетах и ошибках написано много, и они хорошо известны, а что касается объективных трудностей, то к ним можно отнести следующие: а) вынужденное отвлечение средств на ведение навязанных СССР войн и обеспечение его обороноспособности; б) технико-экономическая отсталость страны в прошлом; в) исторически унаследованная низкая культура труда и быта. Указанные причины поддаются достаточно точной количественной оценке. Например, на навязанные войны и восстановление разрушенного во время войн народного хозяйства СССР потратил примерно 22 года. К тому же расходы на содержание армии и другие военные расходы ежегодно составляли огромные суммы, равные по оценке почти 1/10 стоимости всех производственных фондов. Без таких расходов имелась реальная возможность обновить все производственные фонды страны в течение 10–15 лет. Конечно, могут заметить, что СССР сам нередко выступал инициатором гонки вооружений и при правильной внешней политике указанные средства можно было бы направить на “хлеб и масло”, а не на пушки и ракеты. Однако факт непомерных военных расходов остается фактом,

¹ Квинтэссенция. Философский альманах. — М.: Политиздат, 1990. — С. 268–269.

и он никак не связан с социалистической идеей и социалистической идеологией.

Оценивая состояние социалистической системы в недалеком прошлом, неправильно было бы забывать или умалчивать о тех успехах, которые были достигнуты на ее основе в разных странах. В СССР, например, был совершен скачок от отсталости до вершин современного прогресса в исторически короткие сроки. И это является реальностью, которая не отрицается даже самыми яркими противниками социалистических идей. Тот же Бжезинский считает, что “коммунистические государства многого добились, особенно в развитии тяжелой промышленности и (преимущественно в начальных фазах своего проявления), в сферах социального обеспечения и образования”¹. Историческая практика развития социалистических стран наглядно свидетельствует, что общественная собственность, кроме недостатков, имеет и явные преимущества по сравнению, например, с индивидуальной или частнокапиталистической. Социалистическая собственность позволяет успешно решать некоторые задачи — обеспечивать более справедливое распределение национального богатства, целенаправленно использовать ресурсы в соответствии с общественными потребностями, определять очередность удовлетворения общественных потребностей и т. п. Конечно, можно и нужно, наверное, согласиться с тем, что исторический процесс пошел несколько по иному пути по сравнению с начертанным марксизмом-ленинизмом. Феномен коммунизма — это действительно историческая трагедия: стремились к лучшему и более гуманному обществу, а получили массовые репрессии и подавление элементарных свобод. Однако основная социалистическая идея до сих пор не потеряла своей притягательной силы и привлекательности, хотя и не получила практического воплощения в жизни.

В свое время Ф. Энгельс сформулировал положение о том, что будущее общество, т. е. социалистическое, призвано будет обеспечить всем своим членам “путем общественного производ-

¹ Квинтэссенция. Философский альманах... — С. 224, 268–269.

ства не только вполне достаточные и с каждым днем улучшающиеся условия существования, но также полное свободное развитие и применение их физических и духовных способностей". Это положение давно провозглашено программным многими социал-демократическими движениями. Тем не менее в СССР и во многих других бывших социалистических странах в реальной действительности происходило не улучшение материальных и духовных условий жизни, а их нередкое ухудшение при длительном хроническом дефиците почти во всем. При изобилии товаров и услуг в развитых капиталистических странах, основывающих свое хозяйство на преобладании частной собственности и рыночных отношений, острый дефицит "голосовал" и "голосует", естественно, не в пользу социалистических идей, и здесь не способно помочь социализму даже самое утонченное пропагандистское вранье, призывающее воспитывать человека в духе всеобщего равенства, братства, справедливости и т. п. Такое воспитание неизбежно усугубляет экономические неурядицы социальными и политическими — подавлением личных свобод, коррупцией, явной бесхозяйственностью, огромными потерями, неорганизованностью и др. Все это и вылилось, в конечном счете, в глубокий, всесторонний и затяжной кризис и крах мировой социалистической системы. Но связывать этот крах с органическими пороками общественной собственности и преимуществами частнокапиталистической было бы неправильно. Частная собственность, как свидетельствует многовековая история, не решает и не может решить всех экономических, а тем более социальных задач прогресса. Капиталистическая собственность неизбежно превращает рабочего, трудящегося человека в говорящий товар, покупатель которого волен поступать с ним по своему усмотрению и выбрасывать за ворота при ненадобности. Главную причину кризисных явлений в социалистических странах более правильно усматривать в том, что общественная собственность позволила превратить рабочего, трудящегося человека из хозяина своего положения и своей судьбы в быдло, в безвольный объект систематической эксплуатации. Долголетняя беда советских людей состояла в том, что

они работали не на себя, а на систему, которая выжимала из них все соки под песнопение о предстоящих в недалеком будущем днях “всеобщего счастья”. Ф. Энгельс считал, что социализм есть “такая организация производства, где... никто не мог бы сваливать на других свою долю участия в производительном труде, этом естественном условии человеческого существования”. В теории никто детально не рассмотрел, возможно ли это и при каких условиях. На практике же ни в одной социалистической стране не было предпринято реальных шагов к превращению производительного труда во всеобщую обязательность. Более того, в СССР и в других социалистических странах доля занятых в непроизводственной сфере неуклонно повышалась, что привело к значительному увеличению прибавочного продукта, отчуждаемого у работников материального производства. Это, в свою очередь, подрывало материальную заинтересованность в росте производительности общественного труда, что и послужило главной причиной многих неурядиц, особенно экономических трудностей застойного периода.

В. И. Ленин в первые годы социалистического строительства сформулировал положение, что коммунизм можно построить не на энтузиазме, непосредственно рожденном великой революцией, а при помощи энтузиазма на личном интересе, на хозрасчете, на материальной заинтересованности. Обсуждение — сообща, ответственность — единолично. От неумения осуществить это начало мы страдаем на каждом шагу.

Кстати, мы страдаем от этого на каждом шагу до сих пор. Некоторые полагают, что возродить инициативу, предприимчивость и деловую активность можно не с помощью материальной заинтересованности, а на другой основе. Так, например, Н. И. Травкин, известный в свое время деятель демократического движения России, считал, что “государственная политика должна быть нацелена на то, что хорошо жить, много зарабатывать — это хорошо. Чувство зависти заставит проснуться предприимчивость, зависть из тормоза превратится в двигатель. Я не вижу сегодня другого двигателя внутри человека. Желание жить лучше, через зависть — давайте это используем”.

Зависть — это признание превосходства одного человека перед другим, которое пробуждает стремление уменьшить это превосходство нездоровыми, недозволенными, как правило, средствами. В экономике зависть есть стремление уменьшить превосходство в материальном обеспечении и материальном благополучии путем беспричинного нанесения ущерба более обеспеченному. Зависть не имеет ничего общего ни с конкуренцией (здоровым соперничеством), ни с материальной заинтересованностью, ни с личной выгодой. Практика свидетельствует, что зависть не пробуждает, как правило, предприимчивость, а чаще вызывает беспричинную злость и даже вступает в дружбу с низменными желаниями и с “красными петухами”. При всех условиях расширение рыночных отношений направлено и должно быть направлено не на пробуждение низменных чувств в людях, а на возрождение предприимчивости и деловой активности на основе личной выгоды и личной заинтересованности. Именно в этом острая необходимость в рынке, который призван пробудить творческую энергию и способности каждого к более эффективной хозяйственно-экономической деятельности.

Экономика СССР и социалистических стран Восточной Европы долгое время развивалась на основе жесткого централизованного планирования, которое, как свидетельствовали многочисленные факты, сковывало инициативу и предприимчивость отдельных людей, трудовых коллективов, органов местного управления и самоуправления в изыскании и наиболее эффективном использовании общественных ресурсов. В результате многолетнего господства тоталитарной экономической и социально-политической систем допускаявшие их страны оказались в состоянии глубокого кризиса. Именно это потребовало отказа от административно-командных и поворота к рыночным методам управления экономикой.

Преимущества “свободной руки” рынка достаточно подробно раскрыты Адамом Смитом и многими последующими теоретиками, в частности в трудах таких неолибералов, как Ф. А. Хайек, М. Фридман и др. “Ни один генерал, — считает, например, М. Фридман, — не может на практике обладать ин-

формацией, необходимой для управления каждым действием рядового солдата. В каждом звене командной цепи исполнитель — будь то офицер или солдат — должен быть уполномочен использовать по своему усмотрению известную ему информацию относительно конкретных обстоятельств, которой его командир может и не располагать. Приказания должны дополняться добровольным сотрудничеством — т. е. куда менее очевидным и более тонким, но гораздо более важным с принципиальной точки зрения способом координирования действий большой группы людей”.

Командно-бюрократическая система при тоталитарных режимах душила в своих объятиях творческую активность не только предпринимателей, но и всех трудящихся, сводила на нет их материальную заинтересованность в результатах труда, обуславливала отчуждение производителей от собственности, порождала безынициативность и бесхозяйственность и многие другие пороки.

Необходимость рынка и рыночных отношений связана не только с тем, что он дает возможность проявиться индивидуальной свободе принимать решения о заключении тех или иных экономических сделок, но и с тем, что он рождает высокую индивидуальную заботу о наиболее рациональном использовании своей собственности. Владелец товара не допускает небрежного с ним обращения в ущерб его качеству, а собственник денег не станет бросать их на ветер, не задумываясь о собственной выгоде.

Пороки и недостатки административно-командной системы в экономике начали проявляться, по существу, уже во время ее создания и нарастали по мере становления и развития. Формально хозяйственные единицы (предприятия, тресты, комбинаты и др.) были объявлены самостоятельными. Им предоставлялось право самостоятельно осуществлять техническое руководство производством, снабжение и сбыт, набор рабочих, служащих и инженерно-технических работников, им предоставлялась возможность распоряжаться закрепленным за ними государственным имуществом в виде основных и оборотных средств. Каждое предприятие (объединение) получало статус юридического

лица и наделялось правом заключать хозяйственные сделки, предъявлять иски и отвечать по своим обязательствам, иметь в государственном банке расчетный счет, собственный баланс и законченную систему бухгалтерского учета всех имеющихся средств и видов деятельности. Кроме того, хозяйствующие субъекты могли осуществлять эквивалентный обмен своего продукта (результатов труда) на принципах полного хозрасчета. Но самостоятельность предприятий носила во многом формальный характер. Имущество предприятий объявлялось составной частью единого фонда государственной социалистической собственности, а вся оперативно-хозяйственная деятельность регламентировалась и контролировалась сверху. Отступления руководителей от плановых показателей и предписаний сверху строго наказывались вплоть до освобождения от должности. Предприятиям выделялись фонды заработной платы и предоставлялось право создавать из полученной прибыли фонды материального поощрения, социально-культурных мероприятий и жилищного строительства, развития производства, премирования и др. Однако они долгое время не могли изменять тарифные ставки и должностные оклады, условия и показатели премирования, а также порядок использования других средств. Реализация излишнего и неустановленного оборудования, использование остатков средств капиталовложений, продажа производимой продукции по своему усмотрению наиболее выгодному контрагенту, как правило, запрещались.

До 1965 г. в СССР устанавливалось предприятиям 80–85 обязательных плановых платежей, затем их число было уменьшено до 10–15, а в июле 1979 г. в соответствии с постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР “Об улучшении планирования и усилении воздействия хозяйственного механизма на повышение эффективности производства и качество работы” число плановых платежей было сведено к минимуму (3–4). Решения о совершенствовании планирования и управления предприятиями принимались и впоследствии. Тем не менее нерешительность и половинчатость принимаемых решений не давали положительных результатов, так как общая экономическая и политическая

среда оставалась прежней, т. е. тоталитарной, а предпринимательская деятельность частных лиц или их объединений в целях получения прибыли не допускалась. Тем самым частноторговый и частнопредпринимательский интерес не имел и не получил необходимой свободы для своего полного проявления.

14.2. Перспективы развития государства с учетом исторического прошлого

В 1985 г. в СССР была объявлена политика перестройки. Срок для любой страны немалый. С того времени прошло более 20 лет. Что же получила страна за это время? Каковы наиболее броские и яркие итоги перестройки?

Перестройка, безусловно, дала некоторые важные положительные результаты. В политике вместо доминирующего положения КПСС с ее отработанным силовым давлением и господством коммунистической идеологии сейчас зарегистрированы и действуют различные партии, блоки и политические движения со своими программами, своими оценками и видением происходящего. В экономике государственная собственность постепенно теряет свой монополизм во многих сферах; ослабли и продолжают ослабевать командно-бюрократические методы управления; формируются элементы рыночной инфраструктуры без особого давления и вмешательства государства в отношения свободной купли-продажи; набирает силу, хотя и робко, механизм конкуренции; получают поддержку различные виды собственности; появляются новые формы хозяйствования, основанные на предпринимательской активности и предприимчивости, существенно меняется (в целом к лучшему) социальная психология людей. Однако все позитивное меркнет по сравнению с теми бедами и обвалами, которыми сопровождалась перестройка и которые значительно усугубились в результате так называемой “шоковой терапии”, прописанной нашей стране Международным валютным фондом (МВФ).

Во многих регионах возникли межнациональные конфликты и междоусобицы с кровавыми погромами и бойнями. Застой в

производстве перерос в его резкий спад в преобладающем числе отраслей народного хозяйства. Большой внешний и внутренний долг, огромный дефицит бюджета, безграмотная индексация доходов, резкое повышение цен под видом их либерализации, валютные перепады, налоговая политика и многое другое привели к гиперинфляции, полному расстройству финансовой системы, обвальному обнищанию части населения. Положение усугублялось и продолжает усугубляться тем, что экономические неурядицы являются основной, хотя и скрытой причиной противостояния и конфликтного противоборства политических сил и социальной нестабильности. Расширение рыночных отношений породило рэкет, активизировало мафиозные структуры; беззастенчивыми стали спекуляция, взяточничество, коррупция, распродажа национального богатства и даже национальных культурно-исторических ценностей. Такова довольно безрадостная картина поворота к рынку и активизации предпринимательской деятельности. Причем перечисленное — это только верхушка айсберга, а много еще скрытых, нераскрытых или недостаточно сформировавшихся особенностей рынка. При всех условиях рынок в России не только еще не сформировался, но формируется не по цивилизованному пути и с большими социальными издержками.

Что же делать? Как поправить положение? Как обеспечить выход страны из такого глубокого кризиса, в котором она оказалась? Все эти вопросы обсуждались, и выход из ситуации искался на протяжении 1990-х гг. как в теории, так и в практике государства.

В начале 1990-х гг. в правительственных программах был объявлен курс “на поворот”, или переход к рынку, а главным средством такого перехода предлагалась либерализация цен. Но следует особо подчеркнуть, что рынок не может быть самоцелью. Обществу нужен не рынок как таковой, а высокоэффективная и социально ориентированная экономика, восприимчивая к инновациям и научно-техническим нововведениям, способная обеспечить высокий уровень и качество жизни для всех слоев населения. Рынок и торговля всегда были составной частью на-

циональной экономики, состояние, содержание и характер которой определялись прежде всего отношениями собственности, т. е. отношениями принадлежности и присвоения. Собственно, когда говорят о повороте к рынку, то на самом деле имеют в виду возрождение предпринимательства, и возлагают надежду на инициативу, предприимчивость и высокую заинтересованность в инновациях. Итогом этого курса во многом стали потеря управляемости, спад производства, галопирующая инфляция, обнищание значительной части населения.

Замена всеохватывающего директивного планирования не обязательно требует отказа от централизованного управления экономикой. Обеспечить соответствие между общественными потребностями и ресурсами можно, наверное, другими методами. Есть ведь множество способов активного воздействия на производство и приведение его в соответствие с общественными потребностями: программно-целевое планирование, ориентирующее планирование, заказно-адресное производство, организация производства на основе хозяйственных договоров, корректирующее планирование и др. Следовательно, весь вопрос и вся трудность состоят в научно обоснованном разграничении функций планирования, в выборе наиболее эффективных форм плана и методов организации хозяйственной деятельности. Планомерное развитие производительных сил в масштабе всего общества или отдельного региона можно, очевидно, осуществлять путем выбора новых объектов строительства, целенаправленного распределения средств капиталовложений, определения специализации предприятий, разработки целевых комплексных, региональных или индивидуальных программ, определения основных направлений развития с выделением контрольных цифр, составления примерных балансов материальных, финансовых и других ресурсов. При этом, конечно, не исключается разработка, в случае необходимости, подетальных планов производства отдельных видов продукции с определением объемов, ассортимента, сроков производства и других параметров и показателей плана. Важно при всех условиях, чтобы планирование и план были не самоцелью, а средством мобилизации ресурсов, средством до-

стижения наилучших социально-экономических показателей эффективности и не сдерживали бы хозяйственную инициативу в выборе наилучших средств и способов решения экономических и социальных задач. Ни с точки зрения теории, ни с учетом запросов практики абсолютно неправильно смешивать командно-бюрократическую систему централизованного управления с центральным планированием. Командно-бюрократическое управление в любой стране рождает, как правило, только ублюдков и приспособленцев, так как крепостное положение чиновников на работе не оставляет им простора для творческой инициативы и предприимчивости. Центральное же планирование, которое может осуществляться в форме директивных предписаний, определенных нормативов, бюджетной сбалансированности на различных уровнях, составления долгосрочных целевых программ и в других формах, играет, как свидетельствует опыт различных стран, огромное мобилизующее и направляющее воздействие. Поэтому причины кризисного состояния нашего общества связаны не с центральным планированием, а прежде всего с командно-бюрократической системой управления и применением давно изживших себя методов планирования.

С начала 2000-х гг. в России началась работа по налаживанию экономической системы, отыскиваются механизмы взаимодействия государства, капитала и общества.

В системе хозяйственного механизма важное значение, как показывает практика различных стран, имеет правильное сочетание плана и рынка в развитии производства и различных коммерческо-предпринимательских структур. Наибольший вред практике в настоящее время наносят два неравноценных подхода к этим вопросам: с одной стороны, догматическая недооценка рынка и товарно-денежных отношений в целом, а с другой — необоснованная их переоценка в духе так называемых либерально-монетаристских теорий. Либерализм требует максимального обеспечения индивидуальной свободы, ограничения вмешательства государства и общества в деятельность частных лиц.

Догматическая недооценка денег и рыночных отношений имеет глубокие теоретические и исторические корни не только

в товарном голоде и дефиците. Смысл такой недооценки коротко сводится к следующему: считается, что деньги при социализме, раз он носит плановый характер, являются расчетно-учетными символами, простыми знаками, не имеющими под собой реальных экономических отношений. Назначение денег при этом ограничивается, главным образом, тем, что они призваны облегчить учет, контроль, планирование и организацию народного хозяйства. В связи с этим считается, что необходимость и сохранение товаров и денег хотя и опирается на некоторые объективные законы, однако при социализме они — товары и деньги — действуют якобы в преобразованном виде и могут сознательно изменяться и даже нарушаться в зависимости от конкретных задач развития экономики.

Товарно-денежные отношения, в том числе и в социалистических странах, организация производства с ориентацией на рынок и свободную куплю-продажу производимых продуктов является реальным фактом. И надо, вероятно, не отрицать этот очевидный факт, а тщательно анализировать причины сохранения и необходимые условия для наиболее эффективного использования товарно-денежных отношений. Это тем более важно, так как в таком анализе имеется множество белых пятен и неправильных толкований, которые сдерживают выработку обоснованных мер по развитию и регулированию рынка, товарного и денежного обращения.

В частности, при раскрытии объективной необходимости использования товарно-денежных отношений в числе всего комплекса порождающих их причин недооценивается, как отмечалось, тот факт, что работник, являясь собственником своей рабочей силы, не приемлет другой формы оплаты труда, кроме как денежной.

Деньги — это свобода экономического маневра не только в организации и ведении частного или общественного хозяйства, но и в организации личного потребления. Полученным по труду доходом работник имеет все основания распоряжаться по своему усмотрению, т. е. свободно, с учетом своих интересов и реально складывающейся экономической конъюнктуры. Такую свободу ему как раз и дают только деньги.

Практика капиталистических и опыт ряда социалистических стран свидетельствуют, что недостаточно регулируемые товарно-денежные отношения порождают такие экономические и социальные последствия, которые возрастают до масштабов национального бедствия: безработица, спекуляция, коррупция, неуправляемый рост цен, нестабильность условий жизни, хищения, всякого рода валютные махинации и т. д. — все это при нарастании приводит к необратимым процессам перерождения и развращения всей нации. К тому же следует отметить, что механическое, непродуманное или недостаточно обоснованное расширение товарно-денежных отношений на не свойственные им сферы не дает должного эффекта даже там, где они развиваются на здоровой в целом основе. Например, опыт СССР свидетельствует, что установление платы за различного рода ресурсы (основные фонды, природные, трудовые) не оправдало тех надежд и не дало того эффекта, который первоначально предполагался, так как плата в подобных случаях осуществлялась не из “своего кармана”. Тем самым очевидным остается факт, что деньги и эквивалентные товарно-денежные отношения не только не обладают магическим свойством излечивать социально-экономические болезни и обеспечивать здоровое развитие общества, но порождают многие отрицательные процессы и явления, устранение или ограничение которых требует продуманных и целенаправленных мер воздействия на сам рынок.

Рыночная экономика — это такая система договорных экономических связей между людьми и хозяйствующими субъектами, которая регулируется выгодой и интересами. Рыночная экономика не исключает системы планирования или законодательного регулирования самого рынка. Рынок не терпит директивного планирования и жестких предписаний в деталях без учета конъюнктуры и возможных ее изменений. Однако он может и должен регулироваться на основе ориентирующего, направляющего, нормативного или других видов регулятивного планирования.

Одна из главных качественных особенностей социалистического общества и одно из главных его преимуществ, доказанных

практикой многих стран, состоит в планомерности его развития, в регулировании происходящих в нем социально-экономических процессов на основе научно обоснованных планов. План и рынок в современном обществе — не антиподы; планомерность — антипод стихийности, неуправляемости, непредсказуемости социальных и экономических результатов. Даже в условиях переходного периода государство имеет множество оправдавших себя способов и средств планомерного воздействия на рынок, планового регулирования рыночных и других товарно-денежных отношений.

Как же в современных условиях могут или должны сочетаться плановые и рыночные начала в развитии экономики? Очевидно, что выработать готовые рецепты на все случаи жизни невозможно. Однако неправильно было бы оставлять без внимания обоснование основополагающих принципов. Требуется, например, критической оценки широко практикуемый в последние годы в нашей стране принцип невмешательства в товарно-денежные отношения или регулирования их только на основе свободно заключаемых договоров купли-продажи. Именно такая свобода неизбежно порождает стихийность и неуправляемость. Рынок без планового регулирования — это парусник без руля, который обречен постоянно налетать на рифы. В то же время ограниченный планом или всевозможными другими запретами рынок — это тот же парусник, но только с заклиненным рулем, так как любой план не может учесть конкретных рыночных ситуаций. Истина, очевидно, лежит где-то посередине: свободный ход парусник получит только тогда, когда плановое регулирование экономики будет всесторонне учитывать законы рынка, законы свободной купли-продажи, а не ограничивать их или насильственно вмешиваться в них.

Имеющиеся на практике серьезные недостатки в организации и ведении социалистического хозяйства обусловлены были во многом тем, что планирование игнорировало объективные законы спроса и предложения и пыталось втиснуть в рамки плана не только глобальные общественные потребности, но и те, которые определяются индивидуальными возможностями, усло-

виями, запросами и даже вкусами. Между тем индивидуальные потребности с учетом их многообразия и условий удовлетворения по своей природе не могут регулироваться и удовлетворяться на основе жесткого плана, ибо не только сверху, но даже в самых низовых хозяйственных звеньях невозможно учесть все условия формирования и изменения индивидуальных потребностей, спроса и покупательной способности каждого. Оптимальным представляется такое сочетание плана и рынка, при котором в плановом порядке определяются лишь масштабные потребности общества в развитии производства и производительных сил, а все многообразие индивидуальных потребностей и условий их удовлетворения — на основе индивидуальных, свободно заключаемых договоров купли-продажи. При таком подходе планомерное регулирование развития экономики оставляет широкие возможности для хозяйственного маневра с использованием экономических рычагов и рыночных законов. Предполагается, что широкое использование рыночных законов и коммерческого расчета распутает многие узлы, обеспечит экономические отношения на основе здравого смысла, сама собой отпадет необходимость в многотысячных инструкциях, запретительных эскадронах, длиннохвостых согласованиях, толкачах и других эмиссарах планового ритуала.

Означает ли это, что развитие рынка должно быть или может быть предоставлено своим собственным законам?

Практика свидетельствует, что стихийное развитие рынка также порождает многие нежелательные или отрицательные социально-экономические последствия: стремление увеличить доходы за счет потребителя, не зарабатывая на основе сокращения расходов или повышения качества, а главным образом манипулируя ценами; расширяются случаи подделки товаров, фальсификации качества, создания искусственного дефицита, а то и прямого надувательства. Все это, конечно, неизбежные издержки рыночного коммерческого расчета, который по своей природе объективно рождает, расширяет и усиливает неуправляемые процессы и непредсказуемые результаты на “входах” и “выходах” воспроизводственного цикла.

Мириться и не ограничивать эти процессы в духе теории так называемого “рыночного либерализма”, отстаивающей неограниченную свободу предпринимательства и рыночной экономики, было бы, конечно, неправильно. Признавая невозможность учета в планах и планировании конкретных рыночных ситуаций, в то же время неоправданно отказываться от планового воздействия и регулирования самого рынка.

Практика различных стран выработала проверенные опытом разнообразные методы регулирования как производства и развития производительных сил, так и организации товарных и денежных потоков, регулирования цен, условий торговли и заключения хозяйственных договоров, повышения качества торгового и банковского обслуживания, гибкого сочетания хозяйственной самостоятельности, инициативы и предприимчивости с государственной дисциплиной. Налоговая система, контроль за ценами, экспертные оценки, долгосрочные нормативы, предельные лимиты, типовые договоры и т. п. — все это позволяет активно влиять на рынок и регулировать отношения купли-продажи индивидуальных производителей и потребителей. Важно, чтобы эти или подобные им методы постоянно обновлялись и совершенствовались с учетом новых задач и условий развития всей экономики, не сковывали инициативы и предприимчивости. Только такой подход способен обеспечить гибкость в использовании плановых и рыночных начал не на основе их противопоставления, а путем всемерного сочетания в организации хозяйства.

Выработка мер по правильному сочетанию плановых и рыночных начал в развитии экономики требует критического осмысливания принципа, по которому считается, что государство призвано регулировать только рынок, а рынок, в свою очередь, должен регулировать все другие экономические отношения, ориентируя их на рыночную конъюнктуру. При таком подходе неизбежен хаос в хозяйственных делах, так как рыночное регулирование экономики, как это подтверждается многовековым опытом различных стран, неизбежно связано со стихийностью и неуправляемыми процессами. Более оправданным является

такой подход, когда рыночная конъюнктура и определение направлений ее изменения становятся одним из главных объектов планового воздействия со стороны государства. Государство призвано регулировать не только рынок, но прежде всего то, что на него влияет: развитие и размещение производительных сил, специализацию предприятий, рациональное использование природных и людских ресурсов, формирование и использование доходов и многое другое. Законы рынка по своей природе могут определять перспективы развития всего общества лишь стихийно, с заранее непредсказуемыми результатами. В этом их ограниченность, и именно это диктует необходимость их всестороннего и органического сочетания с планомерностью и плановым регулированием всей экономики. Потребность в таком сочетании должна, конечно, реализовываться, как уже об этом говорилось, не путем неоправданного вмешательства государства в оперативную хозяйственную деятельность предприятий с обязательными предписаниями, что и как надо производить, в какие сроки, в каком количестве и качестве и т. п. При таком подходе неизбежен возврат синдрома командно-бюрократических волевых методов хозяйствования, ограничения предприимчивости и инициативы со всеми вытекающими отсюда отрицательными экономическими и социальными последствиями.

Принимая меры по возрождению предпринимательства, следует разработать четкую концепцию, какое предпринимательство должно иметь преимущества и первоочередную государственную поддержку. Таким предпринимательством может стать нечто подобное государственному капитализму. Госкапитализм позволит обеспечить сочетание частной инициативы с государственным ее регулированием с учетом потребностей и интересов всего общества. В связи с этим целесообразно скорректировать направления приватизации государственных предприятий, особенно крупных. Как свидетельствует опыт многих стран, только органическое соединение крупных, средних и мелких предпринимательских структур способно образовать необходимую конкурентную среду и направить частную и коллективную предприимчивость по нужному руслу.

Кроме возрождения предприимчивости и инициативы предпринимателей, в серьезном укреплении нуждается личная материальная заинтересованность в труде и улучшении его результатов основной массы тружеников в городе и на селе. Сейчас такая заинтересованность зачастую либо отсутствует вовсе, либо принимает уродливые формы рвачества и погони за своекорыстной выгодой. Материальная заинтересованность, как известно, категория не только морально-этическая, а прежде всего объективная экономическая. Интересы проявляются в отношении к общественному труду, дисциплине труда, в отношении к общественному богатству, к формированию и использованию доходов, а в конечном счете — в производительности труда, использовании всех резервов и потенциальных возможностей его роста. Статистика свидетельствует, что все эти и другие показатели, зависящие от материальной заинтересованности, оставляют желать, как говорят, много лучшего. Налицо, как это отмечается во многих публикациях, низкая деловитость во всех сферах, потеря активности, неразворотливость, безынициативность, отсутствие рвения к труду и в труде, а также во многих хозяйских делах. Именно социальная инертность, отсутствие заботы об элементарном порядке в труде и на производстве, равнодушие и т. п. являются теми факторами, которые служат сейчас главным тормозом всех хороших начинаний, главным тормозом ускоренного решения наболевших экономических и социальных задач общества, его продвижения к процветанию. Возродить личную материальную заинтересованность можно на основе коренного пересмотра политики заработной платы, обеспечения более тесной увязки не только с квалификацией, но и с конкретными результатами каждого работника не путем применения стандартной тарифной сетки и схемы должностных окладов, а прежде всего путем установления разницы в оплате с учетом инициативы, усердия, получаемых результатов. Для этого важно проводить не зигзагообразную политику, которая никогда и никем не воспринималась как серьезная политика, а четко обоснованную по срокам и методам решения долгосрочную стратегическую и тактическую линию.

Аморфные государства — это не нонсенс, а одна из главных реальных причин глубокого и всестороннего социально-экономического, политического, идеологического и духовного кризиса в республиках бывшего СССР. На развалинах сверхдержавы за короткий период образовались новые самостоятельные государства, которые иначе, как аморфными, назвать трудно. Ни одно вновь образованное государство не имеет окончательно оформленных государственных структур. Даже Россия, например, существует, как считают специалисты, со значительно ослабленной армией, не способной не только к “упреждающему удару”, но и к эффективной самообороне от возможных противников, а тем более вероятных агрессоров в будущем. Нет во многих новых государствах эффективных правоохранительных органов по борьбе с преступностью, особенно организованной или мафиозной. Не отлажен общий надзор за соблюдением режима законности, да и сами законы постоянно меняются, а законодатели выгнаны из “Белого дома” узурпировавшим их власть амбициозным президентом и его командой, которые демонстративно ориентируются на США и Запад и демонстративно игнорируют и пренебрегают национальными интересами России. Рассчитывать на успех сверхпривлекательных реформ, программ или деклараций нет никаких оснований без охраны жизненно важных интересов государства, обеспечения законности и правопорядка.

Контрольные вопросы

1. Основные причины краха социалистических методов хозяйствования.
2. В чем содержание социально ориентированной экономики?
3. Перспективы развития государства с учетом исторического прошлого.

Глава 15. РЫНОЧНАЯ МОДЕЛЬ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

15.1. Социально направленная и либерально ориентированная рыночная экономика

Современная рыночная экономика не может быть ограничена жесткими рамками единообразия. В странах с развитой рыночной экономикой применяются специфические подходы к устройству рыночного хозяйства, которые зависят от уровня экономического развития, исторических особенностей, культурно-национальных традиций, географического положения, природно-климатических условий и запаса природных ресурсов, степени и форм вмешательства государства в экономику. Это привело к тому, что модели современной рыночной экономики сложились по отдельным странам или группам стран. Вместе с тем четко прослеживаются общие черты функционирования современной рыночной экономики, ориентирующей либо на классические либеральные принципы, либо на социальные достижения.

К либеральной модели рыночной экономики тяготеют, главным образом, США. Идеи либерализма считаются бесспорными среди ученых таких известных школ, как монетаризм, теория экономики предложения, теория рациональных ожиданий. Модель либеральной рыночной экономики отличается именно тем, что рыночная экономика признается саморегулируемой и в таком качестве единственно эффективной. Частное предпринимательство, основанное на частной собственности, выступает предпосылкой здоровой конкуренции, высокого качества продукции, эффективной работы предприятий.

Функции государства в экономике ограничены поддержанием важных макроэкономических пропорций. Подвергается критике государственная система социального страхования, медицинской помощи и образования. То есть либеральная модель нацелена на воспитание у граждан предпринимательской инициативы, сводит к минимуму реализацию социальных программ с тем, чтобы минимизировать иждивенческие настроения¹.

Модель социальной рыночной экономики сложилась и укрепились в послевоенной Западной Европе. Она получила такое название потому, что обеспечивается высокий уровень социального и экономического благосостояния за счет механизма перераспределения доходов через бюджет. В последнее время социальное рыночное хозяйство охватывает не только национальные экономики, но и весь Европейский союз.

Устройство социальной рыночной экономики было предложено немецким экономистом Вальтером Ойкеном, представителем фрайбургской школы неолиберализма, или, как ее еще называют, ордолиберализма. Модель социального рыночного хозяйства своей популярностью обязана эффективной экономической политике Людвига Эрхарда в Западной Германии конца 1940-х гг.

Модель социальной рыночной экономики, учитывая возросшую сложность социально-экономических процессов, признает особую роль государства при сохранении рыночных свобод и механизмов. Рынок, к сожалению, не может автоматически создать условия для свободной конкуренции, и, как видно из прошлого опыта, рыночная система может легко терять конкурентный характер. Поэтому государство способствует такому экономическому порядку, который обеспечивает свободу предпринимательства и конкуренцию. Задача государства не в том, чтобы заниматься непосредственно распределением ресурсов и производства, а в разработке правил рыночного поведения и воплощении их в жизнь.

¹ См.: Яковлева Е. А. Современная рыночная экономика. — Воронеж, 2002. — С. 18.

На государство возлагается обязанность проведения продуманной экономической политики, которая конечной своей целью имеет решение социальных проблем. Это, в свою очередь, способствует социальной стабильности и экономическому прогрессу. Разрешение социальных конфликтов на различных уровнях осуществляется через систему социального партнерства. Социальное партнерство представляет собой такой тип отношений между работодателем и работополучателем, при котором в рамках социального мира достигается баланс важнейших социально-трудовых интересов. Социальное партнерство характеризуется, во-первых, "принципом соучастия", предусматривающим участие представителей работников в наблюдательных советах с правом решающего голоса при обсуждении вопросов заработной платы, условий труда и кадровой политики. Во-вторых, это существенное ограничение права на забастовку. Согласно закону, спорные вопросы обычно должны рассматриваться согласительной комиссией, состоящей из представителей работников, работодателей и независимого председателя.

Сочетание составляющих компонентов социально ориентированного рыночного хозяйства модифицируется применительно к конкретным социально экономическим условиям, что позволяет провести следующую группировку.

1. Континентальная, или германская, модель. Помимо Германии сюда относятся Австрия, Бельгия, Нидерланды, Швейцария, отчасти Франция. Для континентального варианта характерны высокие объемы перераспределения ВВП через бюджет (около 50%), формирование страховых фондов, в основном за счет работодателей, развитая система социального партнерства, стремление к поддержанию полной или, по крайней мере, частичной занятости.

2. Англосаксонская модель используется в Великобритании, Ирландии, а также в Канаде. Она предусматривает более низкий уровень перераспределения ВВП (не более 40%), преимущественно пассивный характер государственной политики занятости, высокий удельный вес частных и общественных компаний в оказании социальных услуг.

3. Средиземноморская модель реализуется в странах Южной Европы (Греция, Испания, Италия). Объем ВВП, перераспределяемого через бюджет, варьируется от 60% в Греции и Италии до 40% в Испании. Социальная политика преимущественно адресована социально уязвимым категориям граждан.

4. Скандинавская модель применяется в Швеции, Дании, Норвегии и Финляндии. Здесь проводится очень активная социальная политика, целью экономического развития является социальное благосостояние, реализуются идеи социальной солидарности. Объемы перераспределения национального дохода через госбюджет достаточно высоки (50–60% ВВП). Основную нагрузку в финансировании социальной сферы берет на себя государство.

Общей тенденцией для общеевропейского социального рыночного хозяйства можно назвать создание единого рыночного пространства при сохранении государствами политической независимости. Социальная направленность рыночной экономики поддерживается не только в отдельных странах, но и в Европейском союзе в целом.

Стабильность общественного развития обеспечивается за счет высокой доли государственной собственности и государственных расходов в ВВП промышленно развитых стран.

Переходные процессы в постсоциалистических странах в большей степени сориентированы на либеральную модель рыночной экономики. В итоге малосистемные рыночные преобразования имеют положительные результаты, выразившиеся в подъеме экономики, улучшении показателей уровня жизни населения.

Напротив, Китай, сочетая элементы плановой экономики и свободу рыночных отношений, стимулируя предпринимательскую инициативу, привлекая иностранные инвестиции, сумел занять прочные позиции в мировом экономическом сообществе по объему ВВП. Программа экономического развития до 2010 г., принятая на XV съезде Компартии Китая, предусматривает удвоение ВВП, улучшение жизни народа, создание “сравнительно совершенной социалистической экономической системы”.

Наиболее существенных итогов рыночных реформ смогли добиться Чехия и Венгрия, где достигнут докризисный уровень развития экономики и отмечается экономический рост. Это стало возможным благодаря комплексному подходу к проведению экономических преобразований. Много внимания первоначально уделялось планированию процессов реформирования.

15.2. Социально ориентированная экономика Германии

После окончания Второй мировой войны разрушенная экономика Западной Германии требовала срочных действий по нормализации хозяйственной жизни. Инициатором и руководителем широкомасштабных социально-экономических преобразований стал Людвиг Эрхард (1897–1977), ученый и политик, с сентября 1949 г. — министр экономики в правительстве Аденауэра. Помимо всего прочего сложность состояла в том, что предстояло отказаться от чрезмерного государственного администрирования и дать простор свободе рынка. За основу экономической программы реформ была взята теория “социального рыночного хозяйства”, поскольку Эрхард был ее приверженцем. Сама реформа была тщательно продумана и подготовлена, проводилась последовательно и решительно.

Первым мероприятием, явившимся своеобразной предпосылкой для общей реформы германского экономического механизма, стала денежная реформа 1948 г. Новая немецкая марка обменивалась в соотношении 1 : 10, старая марка изымалась из обращения. Часть денежных средств, оставшихся после обмена, была заморожена на спецсчетах. Для сдерживания темпов инфляции фактический курс обмена новых денег на старые составил 1 : 15. Поэтому размеры денежной массы были сокращены более чем в 14 раз, а рост цен остановился через полгода. Достигнутый успех в финансовой и денежно-кредитной системах был использован в других сферах.

Исключительная заслуга Эрхарда в том, что была поставлена главная задача — развитие собственного производства.

Государственной поддержкой пользовались такие жизненно важные отрасли, как угольная промышленность, металлургия, электроэнергетика. Выдвигался принцип повышения заработной платы трудящимся в соответствии с ростом производительности труда. Экономика Германии в ходе реформ получала серьезную внешнюю помощь в виде поставок топлива, продовольствия, семян, удобрений, транспорта и имущества американской армии.

Сбалансированность государственного бюджета достигалась посредством систематического сокращения расходов, смягчения налоговой нагрузки, контроля за деятельностью госслужащих, запрещения их дополнительного набора, повышения окладов, ненужных служебных поездок. Одновременно увеличение доходов предусматривалось за счет улучшения качества товаров, низких налогов, антимонопольного регулирования, защиты внутреннего рынка от внешних конкурентов, льготного инвестирования. Жесткому регулированию подвергались цены, запрещалось их произвольное повышение, периодически публиковались каталоги умеренных цен.

Особое место отводилось проведению социальной политики. По мнению Эрхарда, социальная политика — это политика не в угоду миллионерам, а политика для миллионов. Соответственно, для повышения уровня жизни населения малообеспеченные его слои освобождались от налогообложения, не увеличивались косвенные налоги, финансирование общественных программ осуществлялось путем высокого налогообложения и лишения некоторых льгот наиболее богатых граждан. Политика занятости обеспечивала переподготовку кадров, регулирование рабочих мест, развитие общественных работ.

Результаты не заставили себя ждать, и к началу 1950 г. был превзойден довоенный уровень производства. Выбранная модель социальной рыночной экономики оправдала себя и в последующие годы. Реформа, приведшая к возрождению экономики Западной Германии, являет образец разумного определения последовательности шагов, средств и методов преобразований.

Научная обоснованность государственных решений потребовала создания специального научно-консультационного цен-

тра. Был организован Совет экономических экспертов, который вносит в правительство рекомендации по четырем ключевым экономическим проблемам, получившим название “магического четырехугольника”, а именно: стабилизация денежного обращения и цен, решение проблем занятости, обеспечение внешнеэкономического равновесия, стабильный и равномерный экономический рост.

Подводя итог, можно утверждать, что современная Германия остается лидером европейской экономики, активно участвует в интеграционных процессах на континенте. Предвидится, что условия перспективного развития определяются завершением трансформационных процессов единой Германии, проведением структурной перестройки экономики в пользу высокотехнологичных и интеллектуальных производств и расширения интернет-технологий. Однако ожидается обострение социальных проблем, связанных со старением населения, система социальной поддержки постепенно заменяется системой добровольного социального страхования на основе накопительного метода.

15.3. Шведская модель социализма

Шведскую модель социального рыночного хозяйства иногда называют “шведским социализмом” из-за сильной социальной направленности, государственной заботы о росте благосостояния населения и обеспечения гражданских прав. Швеция стала первой страной в Западной Европе, применившей принципы социально ориентированного рыночного хозяйства для преодоления в 1930-е гг. последствий мирового экономического кризиса. Известный шведский ученый Гуннар Карл Мюрдаль (1898–1987), лауреат Нобелевской премии (1974), справедливо связал изменения в экономической сфере и во всей системе общественных и политических отношений, функциях политических институтов. Экономический прогресс невозможен без компенсации высококвалифицированного и интенсивного труда возрастающим уровнем жизни, использования созидательной силы общества.

“Экономическим чудом” называли Швецию в 1950-е гг. из-за высоких темпов экономического роста, а в 1970-е гг. она входила в тройку стран с самым высоким уровнем среднедушевого дохода. Шведская экономика не полностью защищена от спадов и стагнации (последний спад был в начале 1990-х гг.), но сохраняет свою динамичность и избранные принципы построения экономической системы благодаря своевременным мерам государственного вмешательства.

В современной экономике Швеции переплетаются и взаимодействуют интересы обширного частного сектора и государства. Частные компании составляют около 85% среди общего их числа, занято в них 75% трудоспособных граждан. Пользуется популярностью среди населения кооперативная форма собственности. При этом государство ограничивает свою предпринимательскую деятельность, старансь укрепить частную инициативу вплоть до поощрения монопольных объединений.

Предоставляя свободу предпринимателям в выборе поведения на рынке, государство контролирует доходы и прибыли, использование капитала и рабочей силы. Под особым контролем находятся цены. Для этого созданы специальные структуры, такие, как ведомство по делам цен и картелей, Суд по делам антикартельного регулирования, специфический юридический институт-омбудсмен, который следит за соблюдением правил свободной конкуренции. В послевоенные годы антимонопольное регулирование цен дополнялось установлением технических нормативов, таможенного и импортного регулирования, выделением субсидий, предназначенных для поддержания приемлемых для потребителей цен и тарифов.

Сложная система прямых и косвенных налогов, высокие налоговые ставки, эффективная налоговая служба позволяют сосредотачивать в руках государства от 60 до 70% ВВП.

Аккумулированные в государственном бюджете денежные средства направляются в социальную сферу, включая бесплатное здравоохранение, образование. Свыше 2/3 государственных расходов поступает населению и предприятиям в виде социальных пособий, пенсий, жилищных субсидий, сельскохозяйствен-

ных субсидий. Швеция лидирует среди стран — участниц ЕС по размеру социальных выплат на душу населения.

Социальные приоритеты нашли свое выражение в организации систем социального партнерства. Еще в 1938 г. Шведская федерация профсоюзов и Шведская федерация работодателей заключили “Сальтшебаденское соглашение” о мирном разрешении трудовых конфликтов и заключении трудовых соглашений. За столь продолжительный период Швецией накоплен уникальный опыт достижения компромиссов без социальных потрясений, без ущемления прав заинтересованных сторон.

Экономическая эффективность производственного сектора Швеции связана с его инновационным характером, специализацией на производстве наукоемкой продукции. Государственные инвестиции дополняют частные, а также действующие иностранный и венчурный капиталы. Кооперация усилий по созданию научно-производственных систем позволяет частнохозяйствующим субъектам использовать прямую государственную помощь.

Саморазвитие шведской рыночной экономики продолжается, подтверждая правильность выбранных основ, сочетающих экономическую эффективность и социальную направленность, экологическую безопасность и промышленные инновации.

15.4. Экономика США: итоги и перспективы либеральной модели

Экономика США традиционно ориентируется на либеральные принципы рыночного устройства. По-прежнему американцы уповают на рыночные силы, свободу конкуренции, индивидуальный успех. Экономическая деятельность государства ограничивается налогообложением, надзором над финансовыми учреждениями, регулированием естественных монополий.

Современное положение США в мировом экономическом сообществе можно оценить как положение экономического и политического лидера. Тому способствовали продолжительная

социально-политическая стабильность, удобное географическое положение, выгодные природно-климатические условия, богатство полезных ископаемых, удаленность от центров военных конфликтов, миграция экономически активного населения. Одновременно нельзя не обратить внимание на те проблемы, которые предстоит преодолеть США в наступающем столетии, а именно: сохраняется угроза локальных войн и терроризма на территории США, сохраняется расовая дискриминация, преступность и распространение наркотиков на порядок выше, чем в других развитых странах, растет социальная напряженность, вызванная образованием устойчивого общественного слоя, живущего за счет государственных пособий разного рода.

Государство, придерживаясь точки зрения о необходимости сохранения конкурентной среды, содействует развитию малого предпринимательства.

В США развитию науки и техники придают огромное значение. Лидерство США в научных разработках принадлежит в таких ведущих отраслях, как телекоммуникации, компьютеры, аэрокосмическая техника, ядерная и другие нетрадиционные виды энергетики, биотехнология. Частный сектор и государство в равной степени принимают участие в осуществлении и финансировании исследований. Основной формой участия государства является проектно-целевой контракт, выдаваемый на конкурентной основе. При активной поддержке федерального правительства и органов управления местного уровня формируются территориальные научно-производственные комплексы, так называемые технопарки, технополисы.

Высокие темпы научно-технического прогресса влияют на технологическую структуру инвестиций. В обрабатывающей промышленности доля вложений в активные элементы основного капитала (машины и оборудование) возросла до 80–85 %, прямо связано с информационной технологией не менее половины капитальных затрат, внедрение электронной техники происходит во всех отраслях экономики, включая сельское хозяйство, сферу услуг. Структурные сдвиги в характере инвестиций находятся под влиянием государственной промышленной политики,

предусматривающей финансирование и проведение научных исследований; федеральную контрактную систему, исполнителями заказов которой являются частные фирмы; инновационную политику, использующую налоговые и таможенные механизмы; амортизационную политику, обеспечивающую ускоренные сроки списания оборудования.

В США бремя финансирования социальных программ распределяется между федеральным правительством, штатами и частными структурами. Американские пенсионеры часть средств получают по общегосударственной системе, а часть, причем значительную, выплачивают частные (корпоративные) пенсионные фонды. Медицинское обслуживание социально уязвимых слоев населения осуществляется через государственные медицинские программы “Медикэйр” (оплата услуг для неработоспособных, главным образом пенсионеров) и “Медикейд” (медицинская помощь бедным). Работающие американцы вынуждены, однако, покупать медицинскую страховку, стоимость которой велика. Десятки миллионов американцев получают разные формы бесплатного питания, квартирные дотации, пособия на детей.

В настоящее время стратегической задачей правительства США является борьба с кризисом и создание благоприятных условий для дальнейшего развития экономики.

Контрольные вопросы

1. Дайте характеристику социально ориентированной рыночной экономики.
2. Дайте характеристику либерально ориентированной рыночной экономики.
3. Характеристика шведской модели социализма.
4. Перспективы либеральной модели экономики на примере США.

Глава 16. ИНВЕСТИЦИИ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Рынок инвестиций является важнейшей составляющей рыночного хозяйства. Его масштабы, структура и эффективность во многом определяют состояние, перспективы развития и конкурентоспособность национальной экономики. Выяснение общих основ и механизма функционирования инвестиционного рынка требует предварительного уточнения ряда связанных с ним ключевых понятий, являющихся относительно новыми в российской экономической теории и практике.

16.1. Содержание инвестиционной деятельности

В наиболее общем экономическом смысле под инвестициями понимают вложения капитальных средств (материальных, технических, финансовых, интеллектуальных ценностей) в объекты различных видов экономической деятельности с целью получения дохода или социального эффекта в будущем.

Существуют различные модификации определений понятия “инвестиции”, что отражает множественность подходов к пониманию их экономической сущности. В значительной степени это обусловлено экономической эволюцией, спецификой конкретных этапов историко-экономического развития, господствующих форм и методов хозяйствования.

В отечественной экономической литературе до 80-х гг. XX в. термин “инвестиции” для анализа процессов социалистического воспроизводства практически не использовался. Основной сферой его применения были переводные работы зарубежных авторов и исследования в области капиталистической экономи-

ки. Базисным понятием инвестиционной деятельности являлось понятие капитальных вложений.

В последующий период термин “инвестиции” получил более широкое распространение в научном обороте, стал использоваться в правительственных и нормативных документах. Однако большей частью инвестиции отождествлялись с капитальными вложениями. Финансовые и иные виды инвестиций отечественной экономической наукой не исследовались, поскольку условия административной системы хозяйствования и единообразия форм собственности исключали возможность другого подхода.

Инвестиции (капитальные вложения) рассматривались в двух аспектах: как процесс, отражающий движение стоимости в ходе воспроизводства основных фондов, и как экономическая категория — система экономических отношений, связанных с движением стоимости, авансированной в основные фонды от момента мобилизации денежных средств до момента их возмещения. Понятие “инвестиционная деятельность” может рассматриваться в широком и узком определениях. В широком смысле инвестиционная деятельность — это деятельность, связанная с вложением средств в объекты инвестирования с целью получения дохода (эффекта). Подобная трактовка содержится в Законе “Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений”, в соответствии с которым под инвестиционной деятельностью понимается “вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта”.

В узком смысле инвестиционная деятельность, или иначе — собственно инвестиционная деятельность (инвестирование) — представляет собой процесс преобразования инвестиционных ресурсов во вложения.

Собственно инвестиционная деятельность является содержанием первой стадии движения инвестиций. Вторая стадия: вложение средств — результат инвестирования — предполагает окупаемость осуществленных затрат и получение дохода в результате использования инвестиций. Она характеризует взаи-

мосвязь и взаимообусловленность двух необходимых элементов любого вида экономической деятельности: затрат и их отдачи.

С одной стороны, экономическая деятельность связана с вложением средств, с другой — целесообразность этих вложений определяется их отдачей. Без получения дохода (эффекта) отсутствует мотивация инвестиционной деятельности, вложение инвестиционных ресурсов осуществляется с целью возрастания авансированной стоимости. Поэтому инвестиционную деятельность в целом можно определить как единство процессов вложения ресурсов и получения доходов в будущем.

При вложении капитальных ценностей в реальный экономический сектор с целью организации производства движение инвестиций на стадии окупаемости затрат осуществляется в виде индивидуального кругооборота производственных фондов, последовательной смены форм стоимости. В ходе этого движения создается готовый продукт, воплощающий в себе прирост капитальной стоимости, в результате реализации которого образуется доход. Инвестиционная деятельность является необходимым условием индивидуального кругооборота средств хозяйствующего субъекта. В свою очередь, деятельность в сфере производства создает предпосылки для новых инвестиций. С этой точки зрения любой вид предпринимательской деятельности включает в себя процессы инвестиционной и основной деятельности. Выступая на поверхности явлений как относительно обособленные сферы, инвестиционная и основная деятельность, тем не менее, представляют собой важнейшие взаимосвязанные составляющие единого экономического процесса.

16.2. Функции и роль рынка инвестиций в экономике

Рынок инвестиций представляет собой ключевой элемент экономической системы, значение которого определяется тем, что именно здесь формируются важнейшие пропорции экономики: между накоплением и потреблением, накоплением и инвестированием, инвестированием и приростом капитальных

стоимостей, вложениями и их отдачей, отраслями и сферами народного хозяйства.

Рынок инвестиций выполняет ряд функций, в числе которых можно выделить общие функции, присущие любому типу рынков, и специфические, обусловленные особой экономической природой рынка инвестиций.

К общим функциям можно отнести:

- коммерческую (реализация сделок и получение дохода участниками инвестиционного рынка);

- ценообразующую (осуществление процесса рыночного ценообразования, формирования норм доходности и равновесных цен на рынке инвестиций);

- информационную (обеспечение участников инвестиционного рынка информацией);

- регулирующую (установление определенного порядка и организации осуществления сделок на инвестиционном рынке со стороны государства или участников рынка).

Следует отметить, что применительно к рынку инвестиций реализация общерыночных функций характеризуется определенными особенностями. Так, действие механизма равновесных цен на инвестиционном рынке отражает такую особенность инвестиционных товаров, как их способность приносить доход. Стремление к получению наибольшего дохода при меньших затратах лежит в основе решений экономических субъектов об инвестировании. Движение капитальных стоимостей на рынке инвестиций опосредуется финансовыми инструментами, что ускоряет реакцию цен на изменение норм доходности и обеспечивает быстрый перелив в наиболее прибыльные сферы инвестиционной деятельности. При этом величина рыночной стоимости финансовых активов выступает индикатором деловой активности. Таким образом, механизм равновесных цен на рынке инвестиций приобретает более четкие формы проявления.

Особую роль при принятии инвестиционных решений играет прозрачность и достоверность информации, что позволяет оценить инвестиционный климат, инвестиционную привлекательность отрасли, региона, отдельных сегментов инвестиционного рынка и рейтинг объектов инвестирования.

В силу специфики своей экономической природы и характера взаимодействия с воспроизводственным процессом рынок инвестиций выполняет следующие специфические функции: перераспределительную, воспроизводственную и стимулирующую.

Перераспределительная функция связана с мобилизацией инвестиционных ресурсов и их последующим размещением в соответствии с рыночными критериями привлекательности вложений. Ее сущность заключается в перераспределении денежных средств между собственниками инвестиционного капитала и его потребителями (при трансформации сбережений в инвестиции), секторами и отраслями экономики (межотраслевое перераспределение), регионами и странами (территориальное перераспределение), различными экономическими субъектами.

В условиях чистого конкурентного рынка принятие решений об инвестировании, вытекающее из сравнения ожидаемого уровня ставки ссудного процента и маржинальной эффективности капитала, ведет к оптимальному распределению планируемых инвестиций в соответствии с перспективой роста рентабельности. При этом достигаются совокупная пропорциональность инвестиционных ресурсов и их использования, полная реализация экономических интересов субъектов инвестиционной деятельности.

В реальной экономической практике, где отсутствует чистая конкуренция и, следовательно, возможности балансирования инвестиционного спроса и предложения ограничены, рынок инвестиций не осуществляет оптимального распределения вложений. Потенциальные участники инвестиционной деятельности не имеют равного доступа к инвестиционному рынку, различаются их возможности получить инвестиционные товары по рыночной цене. Крупные олигополистические инвесторы находятся в более благоприятном положении, чем конкурирующие, так как, контролируя предложение и манипулируя ценами, они могут перекладывать свои затраты на потребителей; кроме того, в силу своего высокого рейтинга они могут использовать средства финансового рынка на более выгодных условиях, чем другие фирмы, норма ожидаемой чистой прибыли которых может быть выше.

Воспроизводственная функция означает, что рынок инвестиций определяет масштабы, характер и цикличность общественного воспроизводства. Воздействие на воспроизводственный процесс осуществляется по ряду ключевых направлений: рост объемов производства, доходов и занятости; формирование основных макроэкономических пропорций (между накоплением и потреблением, накоплением и инвестированием, инвестиционными вложениями и полученным эффектом); реализация структурных сдвигов, определяющих межотраслевую и территориальную структуру экономики; генерирование цикла экономической конъюнктуры.

Стимулирующая функция рынка инвестиций состоит в том, что он способствует достижению эффективного экономического роста. Функционирование рынка инвестиций создает мотивацию инвестирования в наиболее результативные инвестиционные проекты: при определенной структуре инвестиционного предложения инвесторы оказывают предпочтение тем объектам инвестирования, которые обеспечивают наибольшую норму чистой прибыли на вложенный капитал при минимальном риске вложений. Рост доходности объектов инвестиционных вложений служит импульсом для концентрации значительных масс инвестиционного капитала на ключевых направлениях экономического развития, осуществления структурной перестройки. Рост инвестиций, определяющий накопление основного капитала в производстве, выступает важнейшим условием выхода из экономического кризиса. Стимулирование экономического развития выражается и в том, что увеличение инвестиций в соответствии с принципом мультипликатора инвестиционных расходов обуславливает многократный рост доходов в обществе.

16.3. Классификация форм и видов инвестиций

Инвестиции осуществляются в различных формах. В целях систематизации анализа и планирования инвестиций они могут быть сгруппированы по определенным классификационным признакам. Классификация инвестиций определяется, таким

образом, выбором критерия, положенного в ее основу. Базисным типологическим признаком при классификации инвестиций выступает объект вложения средств.

По объектам вложения средств выделяют реальные и финансовые инвестиции. Поскольку в экономической литературе существуют различные подходы к определению сущности и структуры данных экономических форм, их соотношения с другими классификационными группами инвестиций, представляется необходимым в целях дальнейшего анализа уточнить содержание реальных и финансовых инвестиций, определить их объекты.

Реальные инвестиции выступают как совокупность вложений в реальные экономические активы: материальные ресурсы (элементы физического капитала, прочие материальные активы) и нематериальные активы (научно-техническая, интеллектуальная продукция и т. д.). Важнейшей составляющей реальных инвестиций являются инвестиции, осуществляемые в форме капитальных вложений, которые в экономической литературе называют также реальными инвестициями в узком смысле слова или капиталобразующими инвестициями.

Финансовые инвестиции включают вложения средств в различные финансовые активы — ценные бумаги, паи и долевые участия, банковские депозиты и т. п.

По цели инвестирования выделяют прямые и портфельные (непрямые) инвестиции.

Прямые инвестиции выступают как вложения в уставные капиталы предприятий (фирм, компаний) с целью установления непосредственного контроля и управления объектом инвестирования. Они направлены на расширение сферы влияния, обеспечение будущих финансовых интересов, а не только на получение дохода.

Портфельные инвестиции представляют собой средства, вложенные в экономические активы с целью извлечения дохода (в форме прироста рыночной стоимости инвестиционных объектов, дивидендов, процентов, других денежных выплат) и диверсификации рисков. Как правило, портфельные инвестиции

являются вложениями в приобретение принадлежащих различным эмитентам ценных бумаг, других активов.

Достаточно часто реальные и финансовые инвестиции рассматривают как соответственно прямые и портфельные. При этом в одних случаях под прямыми инвестициями понимают непосредственное вложение средств в производство, а под портфельными — приобретение ценных бумаг, т. е. здесь критерием классификации служит характеристика объекта инвестирования. На наш взгляд, отмеченное отождествление является ошибочным, поскольку реальные инвестиции помимо вложений в физические элементы производительного капитала, как отмечалось, включают вложения и в другие формы реальных активов, а финансовые инвестиции охватывают вложения не только в ценные бумаги, но и в другие финансовые инструменты. Кроме того, вряд ли правомерно относить к производственным вложениям только прямые инвестиции, так как часть портфельных инвестиций — вложения в ценные бумаги производственных предприятий при их первичном размещении — также предназначена для привлечения средств инвесторов в производство.

В других случаях смешение различных групп инвестиций происходит вследствие отсутствия четкого критерия, используемого для их классификации. Как уже было показано, выделение реальных и финансовых инвестиций осуществляется в зависимости от объекта вложения средств, в то время как в основе разделения инвестиций на прямые и портфельные используется качественно иной критерий — цель инвестирования.

В частности, прямые инвестиции, представляющие собой вложения, направленные на установление непосредственного контроля и управления объектом инвестирования, могут осуществляться не только в реальные экономические активы, но и в финансовые инструменты. Возможность управления объектом инвестирования достигается через приобретение контрольного пакета акций, другие формы контрольного участия. Портфельные инвестиции представляют собой вложения, ориентированные на получение текущего дохода. Следовательно, реальные и финансовые инвестиции — с одной стороны, и прямые и

портфельные инвестиции — с другой стороны, выступают как различные по типологии группы инвестиций.

Формы инвестиционной деятельности могут быть также классифицированы по срокам, формам собственности на инвестиционные ресурсы, регионам, отраслям, рискам и другим признакам (см. таблицу).

Классификация форм инвестиций

№ п/п	Классификационные признаки	Формы инвестиций
1	2	3
1	По объектам вложений	– реальные инвестиции – финансовые инвестиции
2	По срокам вложений	– краткосрочные инвестиции – среднесрочные инвестиции – долгосрочные инвестиции
3	По цели инвестирования	– прямые инвестиции – портфельные инвестиции
4	По сфере вложений	– производственные инвестиции – непроизводственные инвестиции
5	По формам собственности на инвестиционные ресурсы	– государственные инвестиции – частные инвестиции – иностранные инвестиции – смешанные инвестиции
6	По регионам	– инвестиции внутри страны – инвестиции за рубежом

По срокам вложений выделяют краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные инвестиции. Под краткосрочными инвестициями понимаются обычно вложения средств на период до 1 года. Данные инвестиции носят, как правило, спекулятивный характер. Среднесрочные инвестиции представляют собой вложения средств на срок от 1 года до 3 лет, долгосрочные инвестиции — на срок свыше 3 лет.

По формам собственности на инвестиционные ресурсы выделяют частные, государственные, иностранные и совместные (смешанные) инвестиции.

Под частными (негосударственными) инвестициями понимают вложения средств частных инвесторов: граждан и предприятий негосударственной формы собственности.

Государственные инвестиции — это вложения, осуществляемые государственными органами власти и управления, а также предприятиями государственной формы собственности.

К иностранным инвестициям относят вложения средств иностранных граждан, фирм, организаций, государств.

Под совместными (смешанными) инвестициями понимают вложения, осуществляемые отечественными и зарубежными экономическими субъектами.

По региональному признаку различают инвестиции внутри страны и за рубежом.

Внутренние (национальные) инвестиции включают вложения средств в объекты инвестирования внутри данной страны.

Инвестиции за рубежом (зарубежные инвестиции) понимаются как вложения средств в объекты инвестирования, размещенные вне территориальных пределов данной страны.

По отраслевому признаку выделяют инвестиции в различные отрасли экономики: промышленность (топливная, энергетическая, химическая, нефтехимическая, пищевая, легкая, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная, черная и цветная металлургия, машиностроение и металлообработка и др.), сельское хозяйство, строительство, транспорт и связь, торговля и общественное питание, прочие.

По рискам различают агрессивные, умеренные и консервативные инвестиции. Данная классификация тесно связана с выделением соответствующих типов инвесторов.

Агрессивные инвестиции характеризуются высокой степенью риска. Агрессивным инвестициям присущи высокая прибыльность и низкая ликвидность.

Умеренные инвестиции отличаются средней (умеренной) степенью риска при достаточной прибыльности и ликвидности вложений.

Консервативные инвестиции представляют собой вложения пониженного риска, характеризующиеся надежностью и ликвидностью.

Важность задач выяснения роли инвестиций в воспроизводственном процессе обуславливает необходимость введения такого классификационного критерия, как сфера вложений, в

соответствии с которым можно выделить производственные и непроизводственные инвестиции.

Определяющее значение для экономической системы имеют производственные инвестиции, обеспечивающие воспроизводство и прирост индивидуального и общественного капитала.

В экономической литературе имеются и другие классификации инвестиций, отражающие, как правило, дальнейшую детализацию основных форм инвестиций. В частности, инвестиции, осуществляемые в форме капитальных вложений, подразделяют на следующие виды:

- оборонительные инвестиции, направленные на снижение риска по приобретению сырья, комплектующих изделий, на удержание уровня цен, на защиту от конкурентов и т. д.;

- наступательные инвестиции, обусловленные поиском новых технологий и разработок с целью поддержания высокого научно-технического уровня производимой продукции;

- социальные инвестиции, целью которых является улучшение условий труда персонала;

- обязательные инвестиции, необходимость в которых связана с удовлетворением государственных требований в части экологических стандартов, безопасности продукции, иных условий деятельности, которые не могут быть обеспечены за счет только совершенствования менеджмента;

- представительские инвестиции, направленные на поддержание престижа предприятия.

В зависимости от направленности действий выделяют:

- начальные инвестиции (нетто-инвестиции), осуществляемые при приобретении или основании предприятия;

- экстенсивные инвестиции, направленные на расширение производственного потенциала;

- реинвестиции, под которыми понимают вложение высвободившихся инвестиционных средств в покупку или изготовление новых средств производства;

- брутто-инвестиции, включающие нетто-инвестиции и реинвестиции.

В экономическом анализе применяется и иная группировка инвестиций, осуществляемых в форме капитальных вложений:

□ инвестиции, направляемые на замену оборудования, изношенного физически и (или) морально;

□ инвестиции на модернизацию оборудования. Их целью является прежде всего сокращение издержек производства или улучшение качества выпускаемой продукции;

□ инвестиции в расширение производства. Задачей такого инвестирования является увеличение возможностей выпуска товаров для ранее сформировавшихся рынков в рамках уже существующих производств при расширении спроса на продукцию или переходе на выпуск новых видов продукции;

□ инвестиции на диверсификацию, связанные с изменением номенклатуры продукции, производством новых видов продукции, организацией новых рынков сбыта;

□ стратегические инвестиции, направленные на внедрение достижений научно-технического прогресса, повышение степени конкурентоспособности продукции, снижение хозяйственных рисков. Посредством стратегических инвестиций реализуются структурные изменения в экономике, развиваются ключевые импортозамещающие производства или конкурентоспособные экспортно-ориентированные отрасли.

16.4. Источники инвестиционных вложений и их привлекательности

Источниками инвестиционных вложений в развитие предпринимательской деятельности являются:

□ собственные финансовые средства предприятия — прибыль, фонды накопления, амортизация, страховые выплаты, прочие свободные активы;

□ привлеченные средства — выручка от продажи ценных бумаг, благотворительные взносы, средства вышестоящих предприятий на безвозмездной основе, взносы в уставный капитал собственников;

□ финансирование из федерального, регионального и муниципального бюджетов, фонды поддержки предпринимательства, налоговые кредиты, льготы;

- иностранные инвестиции в различных формах;
- заемные средства.

Инвестиционные вложения в предпринимательскую деятельность производятся только в том случае, если их освоение позволит, с одной стороны, повысить ее эффективность, а с другой — получить чистый доход на каждый вложенный рубль. Но и этих условий недостаточно, чтобы у инвестора появилось желание вложить свои средства в деятельность. Среди критериев такой инвестиционной привлекательности для потенциальных инвесторов можно выделить следующие:

- соответствие философии развития предпринимательской деятельности стратегии инвестора;
- статус и репутация реципиента (потребителя) инвестиций;
- прибыльность вложений;
- надежность возврата инвестиций.

На практике предприятию приходится делать выбор оптимального варианта инвестирования. Одним из важнейших критериев выбора служит минимум приведенных затрат:

$$Z_{\text{тек}} + Z_{\text{кап}} \cdot E_n > \min,$$

где $Z_{\text{тек}}$ — текущие затраты, которые в полной сумме относятся на себестоимость продукции в момент их производства;

$Z_{\text{кап}}$ — капитальные затраты, которые относятся на себестоимость продукции частями;

E_n — нормативный коэффициент эффективности использования капитальных вложений.

Затем выполняется расчет общей экономической эффективности по выбранному варианту.

Контрольные вопросы:

1. Понятие и содержание инвестиционной деятельности.
2. Основные функции рынка инвестиций в экономике.
3. Порядок классификации инвестиций в зависимости от форм видов.
4. Дайте характеристику источникам инвестиционных вложений.

Глава 17. КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА¹

17.1. Сущность и значение культуры предпринимательства

Важную роль в функционировании предприятия, фирмы играет культура предпринимательства. Она обеспечивает предприятию не только высокий престиж, но и способствует повышению эффективности производства, улучшению качества продукции и услуг и, следовательно, увеличению доходов.

Существуют различные трактовки понятия “культура предпринимательства”. Так, немецкий ученый Р. Рюттингер считает, что культура предпринимательства — это система совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях. При этом представления о ценностях позволяют дать ответ на вопрос, что является важным для предприятия, а убеждения позволяют понять, как должно функционировать предприятие и как им следует управлять².

Менеджеры О. Нойбергер и А. Компа к организационной культуре относят сумму убеждений, ценностей, правил, которые делают предприятие единственным в своем роде.

Наиболее полное и развернутое определение дает В. Д. Козлов, отмечая, что культура предпринимательства “есть система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной

¹ Глава написана совместно с доцентом В. П. Прасоловой.

² См.: *Рюттингер Рольф. Культура предпринимательства* / Пер. с нем. — М.: ЭКОМ, 1992.

структуры, стиля руководства, показаний удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентификации работников с предприятиями и перспективами развития”¹.

Таким образом, культура организации предпринимательской деятельности определяет, каковы климат, стиль взаимоотношений и ценности предприятия. Любая вновь возникшая организационная структура вырабатывает свою культуру, которая предопределяет место этой структуры, ее внутренние и внешние отношения и является как бы образом, стереотипом при формировании стратегии, распределении власти, принятии решений, в поведении персонала. Сущность культуры конкретной организации выражается в предписаниях, принятых ритуалах и церемониях, а также в образцах неформального поведения.

Назначение культуры предпринимательства связано с решением двух основных проблем: выживания в данной социально-экономической среде и обеспечения внутренней интеграции для достижения поставленных целей. Однако следует иметь в виду, что культура предприятия не является монолитным блоком. На каждом крупном предприятии отделы, управления, администрации имеют разные субкультуры, повторяющие структуру самого предприятия. Различия обуславливаются многообразием отраслей производства и сфер человеческой деятельности. Это может быть культура выгодных сделок, инновационная, административная культура и т. д. Наличие различных культур, субкультур может привести к напряженности и столкновениям. Поэтому важной задачей для любого предприятия (фирмы) являются сближение и интеграция его различных организационных частей, имеющих свои субкультуры.

Необходима также интеграция культуры предприятия и культуры всех его работников. Культура предпринимательства предполагает умение так организовать производственную и коммерческую деятельность, чтобы успехи в бизнесе сочетались с

¹ Козлов В. Д. Управление организационной культурой. — М.: Изд-во Академии общественных наук, 1990. — С. 36.

созданием таких условий, при которых работники максимально удовлетворены трудом.

Следовательно, в зависимости от отрасли, региона, истории предприятия, людей, каждое предприятие имеет свою культуру.

Основными факторами, влияющими на культуру предприятия, являются: его цели, основные ценности и идеи, принятые стандарты и правила, выдающиеся деятели, неформальные каналы коммуникаций и т. д. Элементы предпринимательской культуры формируются как под воздействием опыта деятельности данного предприятия (фирмы), так и в результате установок его лидеров¹.

Известный зарубежный ученый Б. Карлофф выделил десять основных признаков культуры организации предпринимательской деятельности².

Она: социальна, так как на ее формирование влияют все или большинство работников фирмы; регулирует поведение членов коллектива; создается людьми; осознанно или неосознанно принимается всеми работниками; основана на соблюдении традиций; познаваема; способна изменяться; многогранна, т. е. ее нельзя постичь с помощью одного какого-либо подхода; осознаваема и неосознаваема; находится в постоянном развитии.

Необходимо иметь в виду, что прежде чем приступить к формированию культуры того или иного предприятия, следует твердо уяснить его основные ценности и убеждения.

Так, в компании «Форд Моторс» ценности заключаются в трех понятиях: народ, товары, прибыль. Убеждения, позволяющие сделать вывод, как должно функционировать предприятие, как достигается успех, таковы:

- на первом месте стоит качество;
- постоянное совершенствование в значительной степени

влияет на наш успех;

¹ См.: Горфинкель В. Я., Швандара В. А. Малые предприятия. Организация, экономика, учет, налоги. — М.: Юнити, 2001. — С. 332.

² См.: Карлофф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. — М.: Экономика, 1991. — С. 36.

- торговцы и поставщики — наши партнеры;
- участие сотрудников в деле и в прибыли — наш стиль работы;
- в деле нашей социальной и общественной целостности нет компромиссов.

Вместе с тем не следует думать, что культура предпринимательства поддается простому манипулированию. Она складывается годами, динамична и постоянно совершенствуется.

Формирование и развитие культуры предпринимательской деятельности, во-первых, осуществляется естественным путем, когда предприятие на основе изучения наилучшего прошлого и настоящего опыта поддерживает те культурные традиции, которые наиболее результативны в обеспечении поставленных целей; во-вторых, может целенаправленно формироваться путем силового внедрения определенных комплексов поведения.

Для совершенствования предпринимательской культуры нужно изучить, как взаимодействуют отдельные элементы, какая между ними взаимосвязь, как они влияют друг на друга. При этом необходимо анализировать, являются ли представления о ценностях, принесших успех предприятию, устаревшими, следует ли их обновить. Изменение культуры предпринимательства происходит в соответствии с новыми представлениями о ценностях. Проведенные исследования показывают, что свое значение теряют такие ранее общепризнанные ценности, как послушание, дисциплина, централизация, иерархия, карьера, власть, достаточность. Одновременно возрастает значение таких ценностей, как коллектив, ориентация на потребности, самоопределение, участие, творчество, раскрытие личности, способность идти на компромиссы, децентрализация, предсказуемость поведения, надежность, стабильность, профессиональные способности.

Исследования, проведенные в США, позволили сделать вывод, что процветающие и быстрорастущие фирмы имеют высокую культуру и особый стиль, которые способствуют достижению и сохранению ведущих позиций на мировом рынке. В таких фирмах работники имеют четкие представления о ценностях и твердые убеждения о том, как и какими средствами достичь

цели; существуют партнерские отношения на всех уровнях; высоко ценятся профессиональная компетентность и верность делу, стремление к высокому качеству труда; продвижение по службе зависит от результатов труда, умения брать на себя ответственность; поощряются гордость за собственные достижения и успехи предприятия, желание расширить и укрепить позиции, быть первым, господствующим на рынке. Для таких предприятий характерна система ценностей, принятых и одобренных всеми сотрудниками.

Под влиянием ряда факторов меняются представления о ценностях. На преуспевающих предприятиях они не исчерпываются лишь достижением определенных производственно-экономических целей. Ценности и убеждения находят выражение в их девизах, например: “Наш важнейший продукт — прогресс” (“Дженерал Электрик”), “ИБМ означает сервис” (“ИБМ”).

Следует также учесть, что для культуры предпринимательства главным является то, что происходит на уровне поведения. Если уровни ценностей и поведения не совпадают, то результат будет отрицательным. Это возможно в том случае, например, когда пропагандируются партнерские отношения, а на практике повышение получают те работники, которые имеют связи. Для предприятий нашей страны нередки случаи, когда в документах, на бумаге написано одно, а на практике — другое. Система ценностей, правила и конкретное поведение должны быть согласованы. С этой целью, например, в США разработаны программы, позволяющие гармонизировать представления о ценностях и образах поведения.

Назвать культуру предприятия слабой можно в следующих случаях:

- если отсутствуют ясное представление о ценностях и общие убеждения о том, как можно достичь успеха, цели; цели ставятся в основном краткосрочные;

- в целом имеется представление о целях и убеждениях, но нет согласия по вопросу, что в данный момент является правильным и важным, в результате чего возникают противоречия;

- отдельные части организации не могут прийти к согласию, существуют различные точки зрения;

□ руководители ничего не делают для развития общего понимания ценностей, общих убеждений.

17.2. Деловая и профессиональная этика

Данные опросов свидетельствуют, что во всем мире все более возрастает интерес к этическим проблемам. В развитых странах общепринято, что вопросы деловой этики, социальной ответственности беспокоят предпринимателя так же, как и эффективность производства.

Во всем мире благодаря экономическим и социальным переменам все большее значение приобретают:

- моральные и этические нормы жизни общества;
- право на человеческое достоинство;
- условия труда;
- состояние окружающей среды;
- обилие духовных благ;
- свобода личности;
- социальная связь между людьми;
- справедливость;
- сведение к минимуму конфликтов внутри общества;
- активное участие всех граждан в общественной жизни;
- право каждого гражданина участвовать в принятии решений;
- возможность получения образования и др.

Для реализации данных ценностей необходим высокий уровень развития производительных сил, культуры. Если сфера материального производства недостаточно развита, то реализация ряда идеалов менее предпочтительна, чем производство дополнительного количества материальных благ. Вместе с тем без восстановления нравственных основ общества невозможно создать платформу для перестройки экономики.

В период, когда в нашей стране осуществляется переход от тоталитарной системы к формированию демократических институтов и рыночной экономики, все больший интерес приобретает вопрос о соотношении экономики и этики, моральных и экономических ценностей.

Этика — система норм нравственного поведения людей, их обязанностей по отношению друг к другу и обществу в целом.

Мораль — форма общественного сознания, общественный институт, выполняющий функцию регулирования поведения человека.

Различают корпоративную, предпринимательскую и другие виды этики.

Этические нормы поведения фирмы во взаимоотношениях с государством, покупателями, поставщиками, работниками изучает корпоративная этика. Многие фирмы Запада имеют собственные этические кодексы. При этом они исходят из того, что высокие этические стандарты обеспечивают стабильную прибыль.

Важную роль в формировании деловой этики, а также в выявлении и устранении неэтических методов бизнеса играет общественность. Вопросы этики обсуждаются в прессе, на телевидении, в обществах потребителей, в различных ассоциациях и т. п.

Профессиональная этика отражает особенности нравственного сознания, поведения и взаимоотношений людей, обусловленные спецификой профессиональной деятельности. Профессиональная этика определяет этические принципы и нормы поведения людей в рамках определенного вида трудовой деятельности. Поэтому выделяют педагогическую, медицинскую, воинскую, управленческую этику и т. п.

Решающими условиями успеха являются трудолюбие, профессиональное мастерство, талант. В активизации перечисленных качеств все большее значение приобретают нравственный подход и уровень нравственного сознания. Важным в профессиональной этике является объективное и доброжелательное отношение к людям, к их профессиональному мнению, служебным притязаниям. Реальным проявлением профессиональной порядочности является единство слова и дела.

В своей работе¹ немецкий экономист Ханс-Юрген Варнеке напоминает об элементарных “эмпирических правилах”, вы-

¹ См.: Варнеке Х.-Ю. Революция в предпринимательской культуре. Фрактальное предприятие / Пер с нем. — М.: МАИК “Наука/Интерпериодика”, 1999. — С. 68–69.

веденных известными учеными Т. Петерсом и Р. Уотерманом. Вот эти правила:

Клиент всегда прав.

Всяк сверчок знай свой шесток.

Лучше один раз увидеть, чем десять раз услышать.

Предприниматель должен быть честным.

На сотруднике держится все.

Говорим то, что думаем, и делаем то, что говорим.

Бюрократии — бой.

Столько руководства, сколько необходимо; как можно меньше контроля.

В процессе делового общения выделяют такие этапы, как:

- а) установление контакта;
- б) ориентация в ситуации;
- в) обсуждение вопроса, проблемы;
- г) принятие решения;
- д) выход из контакта.

Любое общение начинается с *установления контакта*.

Задача контактной фазы состоит в том, чтобы побудить собеседника к общению и создать максимальное поле возможностей для дальнейшего делового обсуждения и принятия решений. Для этого важно прежде всего продемонстрировать собеседнику доброжелательность и открытость для общения, что достигается мягкой улыбкой (если она уместна), небольшим наклоном головы в сторону собеседника, выражением глаз. Не следует торопиться с приветствием, чтобы оно не помешало началу контакта. Надо как бы осмотреться и создать этим доброжелательную атмосферу.

Очень образно говорит об этом Г. Н. Кэссон: «Лучший тест для коммерческого агента — наблюдение за тем, как он входит в офис. Если он смотрит на меня, не разглядывая стены и пол, а также улыбается и своими словами располагает к себе, я склонен к тому, чтобы дать ему место. Он проявил себя квалифицированным, «контактным» человеком»¹.

¹ Практические методы оптимизации межличностного общения. — М., 1997. — С. 2–6.

Далее — обращение словесное, после чего необходимо выдержать паузу. Она необходима, чтобы дать возможность человеку ответить, включиться в общение. Выждать паузу необходимо не только для того, чтобы убедиться, что контакт установлен, но и чтобы узнать, как партнер откликнулся на ваше обращение (устраивает ли вас отклик или следует его несколько скорректировать).

Эта *ориентация в ситуации* помогает определить стратегию и тактику делового общения. Вам предстоит развить интерес к общению у партнера, вовлечь его в круг совместных интересов. Для того чтобы вовлечь собеседника в активное обсуждение вопроса, необходимо создать непринужденную обстановку общения¹. Здесь будет уместна похвала в адрес собеседника, сообщение интересной информации, напоминание о приятных событиях. Необходимо достичь негласной договоренности с партнером о распределении ролей. Если, например, партнер избрал роль “мудрого наставника”, то надо либо добиваться распределения ролей равных собеседников, либо, если это не удастся, принять роль “почтительного ученика”.

В процессе *обсуждения вопроса, проблемы* важно подчеркивать сходство позиций, что позволит сблизиться с партнером. Если это не удалось и возникли разногласия, то выражать контрастные фразы следует так, чтобы они не носили личностного характера и не задели партнера. В данной ситуации следует максимально проявить умение слушать и умение убеждать. Ни в коем случае нельзя проявлять категоричность в своих суждениях, она может вызвать немедленную негативную реакцию собеседника. Надо попытаться самому понять причины несогласия, и если даже решение не будет найдено, вам станет известна точка зрения партнера, и это явится прологом последующего с ним разговора.

В заключение надо красиво, приветливо выйти из контакта. Широко известны шесть правил Д. Карнеги², следование

¹ См.: Кэссон Г. Н. Что нужно знать каждому бизнесмену / Пер. с англ. — М.: БИКОМ, 1992. — С. 18.

² См.: Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. — М.: Прогресс, 1990.

которым позволяет не только успешно общаться с людьми, но и влиять на них. Вот эти правила.

1. *Искренне интересуйтесь другими людьми.* Прежде чем приступать к обсуждению интересующих вас проблем, бывает полезно поговорить о тех предметах, которые волнуют вашего собеседника. Он расположится к вам и скорее решит ваши проблемы.

2. *Улыбайтесь.* Умение улыбаться можно считать характерным отличием жителей США вообще и американских предпринимателей в частности. Американцы полагают, что умение улыбаться тесно связано с умением управлять собственным настроением. Этой мудростью владели древние китайцы. Они говорили: “Человек без улыбки на лице не должен открывать магазин”.

3. *Помните, что на любом языке имя человека — это самый сладостный и самый важный для него звук.* Люди придают поразительно большое значение собственному имени. Каждого человека больше интересует его собственное имя, чем любые другие имена во всем мире, вместе взятые. Запомнив это имя и непринужденно употребляя его, вы делаете человеку тонкий и весьма эффективный комплимент. Внушить человеку сознание собственной значимости — это верный способ завоевать его расположение.

4. *Будьте хорошим слушателем.* Поощряйте других говорить о себе. Проявляя искреннюю заинтересованность к высказываниям, проблемам делового партнера, можно пробудить его симпатию к вам. Такое проявление внимания — один из величайших комплиментов для любого человека.

Многим деловым людям не удается произвести благоприятное впечатление потому, что они не умеют внимательно слушать. Дружелюбный, сочувственно настроенный слушатель вызывает симпатии любого собеседника. Человек, который говорит только о себе, не интересен другим.

Умение задавать вопросы, на которые вашему деловому партнеру будет интересно отвечать, можно считать большим и полезным искусством. Поощряя собеседника к рассказу о себе, о своих достижениях, можно завоевать его расположение.

5. *Говорите о том, что интересует вашего собеседника.* К каждой деловой встрече необходимо основательно готовиться. Читая деловую прессу, расспрашивая общих знакомых, необходимо пополнить собственные знания по этим вопросам.

6. *Внушайте собеседнику сознание его значимости и делайте это искренне.* Д. Карнеги возводит это правило в важнейший закон человеческого поведения. Следуя ему, человек ограждает себя от многих бед, приобретает множество друзей и чувство морального удовлетворения. Как только этот закон нарушается, человек встречается с трудностями.

Глубочайшим свойством людей, тем более — деловых людей, бизнесменов, можно считать страстное стремление быть оцененными по достоинству. Человеку не нужна дешевая, неискренняя лесть, но он страстно желает реальной оценки своих достоинств. Важно следовать этому золотому правилу и давать другим то, что мы хотели бы получить от них.

В результате анкетирования 108 работников кадровых служб по вопросам делового этикета и выявленных в ходе опроса закономерностей английский ученый Дж. Ягер формулирует шесть важнейших принципов этикета¹. “Зная эти общие правила, — считает автор, — вы всегда будете иметь преимущество, занимаете ли вы должность младшего администратора или вице-президента, менеджера или главы управленческого аппарата корпорации, работаете ли в маленькой фирме со штатом не более двадцати человек, в гигантской компании с 35 тысячами работников или же ведете собственное дело прямо у себя на дому”.

Правило первое — делайте все вовремя. Опоздания не только мешают работе, считает Дж. Ягер, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя положиться и в исполнители он не годится.

Правило второе — не болтайте лишнего. Один из респондентов, вице-президент отдела разработки продукции фирмы, так написал об этом: “Надо очень внимательно следить за тем,

¹ См.: Ягер Дж. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса / Пер. с англ. — М.: Джон Уайли энд Санз, 1994. — С. 17–26.

что говоришь, и четко представлять, какие последствия может иметь утечка информации для тех, кто с ней работает, и к какой конкуренции она может привести”.

Правило третье — будьте любезны, доброжелательны и приветливы. Ваши клиенты, заказчики, покупатели, сослуживцы или подчиненные, резюмирует Дж. Ягер, могут сколько угодно придирайтесь к вам, это неважно: все равно вы обязаны вести себя с ними вежливо, приветливо и доброжелательно. Достичь вершины поможет только дружелюбное отношение к окружающим.

Основное правило широко известных фирм — клиент всегда прав. Они уделяют большое внимание своему престижу, дорожат им, и культура их работников весьма высока.

К сожалению, наш отечественный предприниматель далеко не всегда соблюдает это правило. Если в офисах фирм сама обстановка заставляет быть любезными и приветливыми, то в сфере обслуживания, в торговле сплошь и рядом еще можно встретить если не грубость, то совершенно безразличное, а порой и пренебрежительное отношение. При этом работники даже не задумываются над тем, какой вред, урон они наносят своим поведением делу, своей фирме, наконец — самим себе.

Правило четвертое — думайте о других, а не только о себе. Другой респондент, исполнительный вице-президент и управляющий директор компании сообщает: “Мне доводилось встречать людей, карьера которых рухнула, застопорилась или пошла кувырком только из-за того, что они не думали о других. Если в нас нет достаточного сочувствия к нашим клиентам, нет понимания их нужд и проблем, — это наша огромная ошибка”.

Правило пятое — одевайтесь, как положено. Этой теме в зарубежной литературе посвящены целые трактаты. Главный принцип здесь — необходимо вписаться в ваше окружение на службе, а внутри этого окружения — в контингент работников вашего уровня. На каких бы ролях вы ни находились в фирме, одеваться надо со вкусом, подбирать цветовую гамму к лицу, правильно подбирать аксессуары, другими словами — выглядеть самым лучшим образом.

И, наконец, *правило шестое* — говорите и пишите хорошим языком. Считается, что тот, кто умеет четко выразить свою мысль, обладает большим преимуществом. Неумение как следует писать и говорить нередко отбрасывает человека назад, и его другие способности могут пропасть впустую.

Дж. Ягер приводит контрольные вопросы, чтобы определить, что значит для бизнесмена деловой этикет¹. Спрашивается, как вы обычно поступаете в следующих ситуациях?

1. Получив приглашение на деловую встречу, я отвечаю на него в течение недели.

2. Если мне кто-то звонит, то я перезваниваю ему в тот же день.

3. Я никогда не употребляю бранных слов на работе или дома.

4. Я всегда пишу благодарственные записки (или благодарю по телефону) после угощений, подарков или любой другой оказанной мне любезности.

5. Мои застольные манеры безупречны.

6. Рассматриваю себя как часть коллектива, а не как одинокого игрока, стремящегося в первую очередь получить вознаграждение за свои личные старания.

7. На важные письма я отвечаю сразу, а остальную почту разбираю и реагирую на нее в течение недели.

8. Прежде чем общаться с человеком иной культуры, я постараюсь выяснить, в чем отличие манер, принятых среди людей той культуры, так что никто на меня не обижается.

9. Если кто-то мне помог, я всегда письменно или устно упоминаю о его помощи.

10. Я посылаю поздравительные открытки наиболее важным из моих деловых знакомых.

Только положительный ответ на поставленные вопросы дает возможность проверяемому получить наивысший балл.

А как обстоит дело с российскими бизнесменами? Что влияет на деловые отношения предпринимателей России?

¹ См.: Ягер Дж. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. — С. 16.

Социологическая служба Первого всероссийского съезда малых предприятий (1996) провела исследование. Было опрошено 1517 респондентов, из которых 58,4% (887 человек), т. е. большинство, назвали себя представителями малого бизнеса. В опросе участвовали также представители крупных и средних предприятий (14,1%), федеральных и региональных органов государственного управления (12,7%), 8,4% составляли представители общественных организаций, занятых поддержкой малого бизнеса.

Исследователи выбрали три наиболее важные и сложные проблемы на пути формирования деловой этики предпринимателя:

- ☐ выполнение деловыми партнерами взаимных обязательств;
- ☐ применение силовых методов в деловых отношениях;
- ☐ взаимоотношения с властными структурами и коррупция.

При рассмотрении первой проблемы выяснилось, что сталкиваться с необязательностью партнеров приходится почти 90% опрошенных представителей малого предпринимательства. За несоблюдением условий договоров, срывом поставок скрываются как элементарная расхлябанность, так и явное мошенничество.

Интересно отметить, что чем выше образовательный и квалификационный уровень бизнесменов, тем нетерпимей относятся они к недобросовестности партнеров.

По второй проблеме отмечалось, что организованное насилие стало распространенной практикой для российского бизнеса. Ежегодно от насильственных действий погибают десятки руководителей крупных и мелких фирм. По некоторым данным, около 70% предпринимательских фирм вынуждены оплачивать так называемую “крышу” силовым криминальным группировкам. В ходе опроса 26,2% руководителей малых предприятий заявили, что вымогательство и угрозы практикуются часто, более половины — 57,1% — заявили, что они являются нередким явлением.

И только 16,7% отрицали сам факт применения силовых методов в малом бизнесе. Чаще других объектами вымогательства становились финансовые и торговые фирмы, имеющие дело с наличными деньгами.

И, наконец, третья проблема — коррупция и вымогательство чиновников. В этом вопросе вина взаимна — и чиновников, и предпринимателей. Нередко предприниматели используют корыстолюбие чиновников с тем, чтобы добиться определенных льгот, получить доступ к относительно дешевым ресурсам и т. п.

Подлинная деловая культура подразумевает полное освобождение от “пережитков” нецивилизованного предпринимательства. Со временем на смену власти и централизации, принудительной дисциплине и иерархии придут самоопределение, творчество и децентрализация, ориентация на потребности.

Надо надеяться, что придет время, когда предприниматель будет работать не только ради прибыли, а ради самого дела, будет преследовать высокие цели: предоставить работу и заработок окружающим его людям, обеспечить свою страну отечественными товарами и продуктами.

17.3. Деловые отношения — важнейшая часть культуры предпринимательства

В процессе предпринимательской деятельности человеку или группе людей приходится принимать решения по каким-либо вопросам. При этом на поведение человека влияют характер решаемых задач и культура делового общения, соответствующая общей культуре предпринимательской деятельности.

Деловое общение ведется по определенным правилам, являющимся важным средством повышения его эффективности. К ним относятся правила: этикета, согласования взаимодействия и самоподачи.

Правила этикета определяют порядок общения и представления (младшего старшему и т. д.), способы именования (по

должности, званию, фамилии), выбор общения (Вы, ты) и т. д. Каждая деталь таких правил (а их существует множество — от умения держаться за столом и одеваться до формулы приветствия и прощания) отработана и выверена годами. Выполнение правил этикета является обязательным, поскольку нарушивший их теряет статус полноправного участника общения. Например, один крупный предприниматель из России явился на переговоры с представителями итальянской фирмы в белых ботинках, чем шокировал их, поскольку в Италии это является дурным тоном. Подобный поступок может привести к мысли, что предприниматель — один из нуворишей и, возможно, это его первые серьезные деловые переговоры. Следовательно, как быстро он разбогател, то так же быстро может разориться, и иметь дело с ним опасно.

Правила *согласования взаимодействия* предполагают, например, что, вступая в деловой разговор, необходимо соблюдать такие требования: высказываться не больше и не меньше, чем требуется в данный момент; не отклоняться от темы; выражаться четко, стараться, чтобы высказывания соответствовали истине.

Правила *самоподачи* связаны с индивидуальным успехом участников. Довольно подробно они описаны в упомянутой книге Дейла Карнеги “Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей”.

Техника общения — совокупность средств (приемов), используемых людьми для достижения желаемого эффекта в общении. Эти средства бывают словесные (вербальные) и несловесные (невербальные), в том числе мимика, позы, жесты, тон, контакт глаз, интонация речи, а также пространственно-временная организация.

Ряд специалистов в области коммуникации отмечают, что владение невербальными приемами более желательно и эффективно. Исследования показывают, что невербальные реакции в меньшей степени контролируются сознанием, чем словесные высказывания.

Технику общения принято разделять на технику поведения и технику слушания.

Критерием коммуникабельности является умение слушать и задавать вопросы, поскольку в процессе слушания решаются две важнейшие функции: восприятие информации и осуществление обратной связи, т. е. передача говорящему информации о том, как воспринимаются его речь и поведение. Исследования показали, что умеют выслушивать собеседника спокойно и целенаправленно не более 10% людей.

Умение задавать вопросы — это искусство. Множество конфликтов и недоразумений может возникнуть в результате не заданных своевременно вопросов. Отказаться путем вопросов выяснить намерения собеседника — значит открыть путь догадкам и умозрительным построениям, далеко не всегда верным.

В процессе контакта важную роль играет проявление эмоций — манеры и жесты партнеров. Понимание жестов позволяет более точно определить позицию собеседника, предупредить о том, как изменить свое поведение, чтобы достичь нужного результата. Для повышения компетенции необходимо осваивать язык жестов, поскольку поведение, мимика, жесты неодинаковы у различных этнических групп народов. Так “ноль”, образованный большим и указательным пальцем, американцем воспринимается как “все нормально”, в Японии — означает “деньги”, а в Португалии считается неприличным. На Ближнем Востоке не принято подавать деньги, подарки, еду левой рукой, так как у исповедующих ислам она считается нечистой.

Эффективность общения зависит от его пространственно-временной организации. Следует считаться с местом, где происходит беседа (служебное помещение, общественное, личное), со временем (рабочее, свободное время).

Важным элементом установления контакта является учет расстояния между собеседниками. Так, установлено, что жители США обычно разговаривают стоя на расстоянии не ближе 60 см друг от друга, а латиноамериканцы — почти вплотную. Жители США обычно работают в больших помещениях, при открытых две-

рях. Интересные данные о причинах “деловых неудач” приводит Н. Сирополис¹. Основываясь на данных фирмы “Дан энд Брэд-стрит”, которая имеет многолетний опыт обобщения информации о финансовом состоянии предприятий и составила картотеку данных более чем о 9 млн предприятий США, как правило, малых и средних, автор систематизирует и объясняет причины неудач при возникновении новых предприятий (см. таблицу)

Причины деловых неудач

№ п/п	Доля неудач, %	Причина неудач	Объяснение
1	44	Некомпетентность	Неспособность вести дело физически, морально или интеллектуально
2	17	Отсутствие управленческого опыта	Малый опыт в управлении работниками и другими ресурсами до начала своего дела
3	16	Несбалансированный опыт	Недостаток опыта в маркетинге, финансах, снабжении и производстве
4	15	Отсутствие опыта в отрасли	Малый опыт в производстве данной продукции или услуги до начала своего дела
5	1	Небрежность	Слишком малое внимание к делу в связи с дурными привычками, плохим здоровьем или семейными трудностями
6	1	Мошенничество или бедствие	Мошенничество: вводящее в заблуждение наименование, фальшивые финансовые отчеты, преднамеренные чрезмерные закупки или неравномерное распоряжение активами. Бедствие: пожар, наводнение, ограбление со взломом, мошенничество сотрудников или забастовка (последствия некоторых бедствий можно смягчить путем страхования)

Как видно из таблицы, 92% неудач в делах связаны с неудовлетворительным управлением предприятием (первые четыре

¹ См.: Сирополис Н. К. Управление малым бизнесом. — М.: Дело, 1997. — С. 29.

пункта: некомпетентность, отсутствие управленческого опыта, несбалансированный опыт и отсутствие опыта работы в отрасли).

17.4. Основные черты бизнесмена

Исследования, проведенные отечественными и зарубежными специалистами, позволили отнести к наиболее важным качествам преуспевающего бизнесмена следующие: инициативность, способность рисковать, целеустремленность, независимость, ориентированность на эффективность и качество, способность убеждать и устанавливать цели, стремление к знаниям, систематическое планирование и наблюдение.

Как подтверждает деловая практика, неотъемлемыми чертами современного бизнеса являются честность и порядочность. Так, десятки тысяч акций и других ценных бумаг продаются на биржах Запада на основе устных сделок; товары на многие миллиарды долларов реализуются с оформлением контрактов спустя некоторое время, поэтому честность и порядочность являются следствием развития общества.

Полезность предпринимателя основывается на его умении организовать и рационально вести дело, бережливости, инициативности, стремлении к постоянному обновлению производства и выпускаемой продукции. Особое значение имеет нацеленность предпринимательской деятельности на потребление и потребителей, удовлетворение потребностей людей. Будучи заинтересованными в увеличении покупательной способности потребителей, предприниматели в развитом обществе активно включаются в улучшение социальной политики, вносят свой вклад в развитие культуры, науки.

Бизнес является противоположностью насильственному труду и предполагает инициативность, предприимчивость, огромное трудолюбие, самоутверждение, умение вести борьбу, стремление к развитию и совершенствованию.

Культура предприятия во многом определяется деятельностью его лидеров, особенно в периоды становления и реоргани-

зации. Почти все известные компании основаны неординарными личностями — Томас Уотсон (“ИБМ”), А. Слоун (“Дженерал Моторс”) и др. Они, как правило, являлись творцами культуры, зачинателями ее традиций.

Проведенные опросы показывают, что для современных лидеров характерны такие черты, как способность формировать эффективную команду, прислушиваться к мнению коллег и подчиненных, способность вести за собой людей.

Многие богатые люди на Западе ведут скромный образ жизни, много работают. Ярким примером является президент корпорации “Крайслер” Ли Яккока, который, будучи богатым человеком, вел очень экономную жизнь. Генри Форд отмечал, что важнейшим фактором успешного предпринимательства является служение обществу, обездоленным.

Отношение людей в нашей стране к предпринимателям разнообразное и складывается под влиянием многих факторов как объективного, так и субъективного характера. В течение десятилетий у советских людей формировался стереотип предпринимателя как “паразита”, владеющего богатствами общества и не имеющего на это прав, живущего за счет эксплуатации трудящихся; его интересы — только нажива. И сегодня есть еще сторонники этой схемы, однако все больше утверждается новое отношение к предпринимателям.

Деловая этика большинства отечественных предпринимателей находится пока в стадии формирования. В условиях командно-административной системы сложился особый тип хозяйственного руководителя — конформиста: боязливого, внутренне несвободного, боящегося риска, безынициативного. Часто хозяйственники, выросшие в рамках этой системы, не демократичны, не склонны к диалогу, не компетентны в вопросах человеческих отношений, психологии, менеджмента, не обладают достаточным кругозором.

Культурно-этические слабости бизнесменов России можно объяснить также их происхождением. По происхождению отечественных предпринимателей можно разделить на две группы.

К первой группе (по различным оценкам, от 5 до 20% всех предпринимателей) относятся представители номенклатурного бизнеса, состоящие из бывших работников комсомольских, партийных и советских органов. На работу в эти органы приходили честолюбивые деловые люди из многих отраслей народного хозяйства, поэтому бизнесом занялись в основном более молодые, отличительными чертами которых стали деловая хватка, наличие организаторских способностей, знание основ предпринимательства, умение налаживать и поддерживать неформальные связи и др.

Во вторую группу входят люмпенизированные группы (парвеню). Это нередко люди, не достигшие высот в своей профессии или не имеющие профессии. Высока в этой группе доля молодых людей, которые с 13–15 лет начали “делать деньги” в нелегальном бизнесе, затем открыли официально зарегистрированные фирмы.

Для бизнесменов этой группы характерно стремление любой ценой скопить себе состояние, а потому интересующими их сферами являются торгово-закупочные операции, посредническая деятельность, биржевое и банковское дело, но не производство. Большая часть бизнесменов данной группы (по разным оценкам, от 15 до 30%) имеет уголовное прошлое.

На культуру предпринимательства в нашей стране повлияло существование на протяжении долгих лет теневой экономики. При этом можно говорить о теневой экономике трех форм:

- неофициальной, т. е. фактически легальной, но не учитываемой статистикой;

- фиктивной, т. е. практикующей приписки;

- подпольной, т. е. в виде запрещенных законом видов деятельности. “Теневики” бывают двух типов. Первый тип — “работяги”, которых большинство. Они производят дефицитные товары, налаживают необходимые коммерческие связи.

Второй тип — “избранные”. Занимаясь операциями с золотом, драгоценными камнями, антиквариатом, они сосредоточили в своих руках финансовые богатства, при этом связаны

с уголовным миром и коррумпированными государственными структурами. Возглавляя современную организованную преступность, они лихорадочно стремятся “отмыть” эти богатства, укрепить свое политическое влияние.

Отечественным предпринимателям приходится работать в сложных условиях, зачастую в условиях неопределенности. Все еще не преодолены механизмы, мешающие предпринимательству. В таких условиях успеха добиться легче тому человеку, который быстрее приспособится к ним. Поэтому довольно широко применяется психология “разового” бизнеса, когда выигрыш получают путем обмана потребителей и недобросовестной конкуренции.

Другой чертой психологии временщика является так называемая “система постоянных аукционов”, когда выбор деловых партнеров обуславливается желанием получить поскорее и побольше, а не установлением длительных взаимовыгодных связей.

Отечественному бизнесу свойствен также его закрытый, даже мафиозный характер. Преуспевающие коммерческие структуры редко в своей деятельности используют связи с государственными, в том числе правоохранными, органами, применяют силу. При выборе руководителей таких структур в первую очередь учитываются личная преданность, умение “держат язык за зубами”. Поэтому в таких организациях царят двойная мораль, насилие, беспрекословное подчинение.

Ключевыми причинами роста преступности, по мнению правоохранных органов, являются развал экономики и несовершенство ее правового регулирования, отсутствие четкой морали, нравственности, а также несовершенство действующего законодательства: принимаются противоречивые, расплывчатые акты, вследствие чего появляется возможность их вольного толкования.

Обнищание общества, резкое расслоение на богатых и бедных, сложившийся подход к культуре, образованию, политическая нестабильность способствуют распространению образа жизни “одним днем”.

Особенностью экономического кризиса в последние годы стала нарастающая неплатежеспособность предприятий. Причины неплатежей разнообразны. В настоящее время предприятия заинтересованы как можно дольше не расплачиваться с долгами. Нормой поведения для многих из них стало использование чужих материально-финансовых ресурсов на различные цели. Главная причина такого положения — отсутствие у руководителей предприятий моральной ответственности за долги. На законные требования по возврату неплатежей они отвечают угрозами разорвать хозяйственные связи, применяют другие методы.

Чтобы совершенствовать культуру предпринимательства, необходимо изучать опыт отечественных и зарубежных фирм. Рассмотрим особенности предпринимательской культуры фирм США и Японии.

Для первых этапов развития предпринимательства в Америке наиболее характерны были жестокость, умение любыми средствами добиваться цели. В организациях тейлоровского типа условия производства не требовали широкой заинтересованности трудящихся в коллективном новаторстве, высоко ценились черты сильной личности.

В 80-е гг. XX в. крупные корпорации США и других стран перешли к управлению культурой. Основным инструментом управления культурой явилось формирование лидерами корпораций стратегии, установление качественных и количественных целей развития фирмы.

Каждая фирма имеет свои ценности и принципы, на которых базируется ее деятельность. К примеру, успех фирмы «ИБМ» объясняется соблюдением следующих основных принципов:

- ☐ уважение к человеку;
- ☐ каждый покупатель имеет право на самое лучшее обслуживание;
- ☐ основное условие деятельности — высшее качество;
- ☐ руководитель должен быть эффективным организатором, умеющим вовлечь каждого сотрудника в общий трудовой процесс;

- выполнение обязательств перед акционерами;
- честные отношения с поставщиками продукции и услуг.

Особое внимание в фирме уделяется человеческим отношениям. Руководители постоянно подчеркивают, что каждый человек — личность.

Национальные особенности предпринимателей Америки связаны с высокой престижностью предпринимательства, уважением к активному деловому человеку, умеющему делать деньги. Американская мечта — заработать состояние и тем самым добиться независимости и самостоятельности.

В условиях современной предпринимательской деятельности наряду с умением бороться, утверждать свое превосходство, высоко ценятся такие качества, как лояльность, дипломатичность, умение сотрудничать, ценятся люди, стремящиеся реализовать свои творческие и организаторские способности, принимающие на себя высокую ответственность. Это происходит потому, что, во-первых, все больше руководителей приходят к выводу о невозможности контролировать людей через формальные правила, принуждения; во-вторых, значительное число работников готовы повысить качество и эффективность работы при условии сохранения атмосферы сотрудничества и учета их мнения, идей. Но, несмотря на демократичность, в американских фирмах и сейчас существуют обязательное подчинение и дисциплина.

Особая роль отводится высоким нравственным принципам. Для развитой страны невыгодно строить деловые отношения на обмане, безответственности, стяжательстве. Американцы как деловые партнеры обладают такими основными чертами: дорожат данным словом, точным соблюдением сроков и обязательств, оправдывают доверие партнера; хорошо знают конкурентоспособность продукта; ценят высокий профессионализм.

В Америке существует разветвленная система непрерывного обучения и повышения квалификации не только руководителей, но и рядовых сотрудников. Если ранее действовала практика более глубокого освоения одной профессии, подготовки

узких специалистов, то теперь готовят специалистов, владеющих несколькими смежными профессиями.

После изучения сотен новых предприятий на протяжении года группа американских исследователей определила следующие 14 качеств преуспевающего предпринимателя¹.

1. Внутренний импульс и энергия.
2. Уверенность в себе.
3. Большой опыт в бизнесе.
4. Отношение к деньгам как к мере успеха, а не как к цели.
5. Настойчивость в решении реалистичных задач.
6. Способность ставить ясные задачи.
7. Умеренный риск.
8. Способность быстро оправиться от неудачи.
9. Эффективное использование обратной связи.
10. Личная ответственность за инициативу.
11. Соответствующее использование имеющихся ресурсов.
12. Постановка достижимых целей.
13. Внутренний источник контроля.
14. Способность справиться с возникшими вне фирмы неясностями и неопределенностями.

Не подвергая сомнению необходимость наличия всех 14 качеств преуспевающего предпринимателя, мы особо выделяем уверенность в себе, способность ставить ясные задачи и настойчивость в их решении, умеренный риск, а также отношение к деньгам как к мере успеха, а не как к цели.

Обострение конкуренции с Японией и другими азиатскими странами является для американцев стимулом к дальнейшему совершенствованию.

После Второй мировой войны в Японии произошло так называемое “экономическое чудо”, чему среди прочих факторов

¹ См.: Персонал: Как руководить организацией / Пер. с англ. Сер. Менеджмент в малом бизнесе. — М.: ИКК “ДеКА”, 1990. — С. 21.

способствовало то, что японцы перестроили систему управления производством, сумели согласовать культуру производства с национальными традициями.

Хотя при формировании культуры предпринимательства японцы широко использовали зарубежный опыт, и в первую очередь американский, однако в своей основе японская система резко отличалась от американской, поскольку именно национальные традиции в большей степени влияют на характер и поведение японского бизнесмена. Главное отличие заключается в двух основополагающих принципах — пожизненном найме и коллективном принятии решений, чего нет в американских моделях. Так, высшее руководство фирмы может принять решение после согласования его со всеми руководителями среднего звена. В основе философии управления фирмами лежит социальная ответственность руководителей. На них возложена обязанность объединять разные, часто противоречивые интересы акционеров и рабочих фирмы для достижения поставленной цели.

В Японии высоко ценятся трудолюбие, настойчивость и упорство в достижении цели, умение терпеливо относиться к неудачам, стремление к непрерывному совершенствованию, высокому качеству работ и услуг, снижению затрат и более эффективному труду, гибкость, высокая ориентированность на нововведения, самоотдача, умение действовать на пределах своих возможностей, преданность делам фирмы, умение ладить с людьми, дипломатичность, целеустремленность.

Японцы — приверженцы коллективных форм организации труда. Коллективный характер труда здесь выражается в том, что руководители и рядовые сотрудники работают в одном большом помещении, питаются в общей столовой, носят одинаковую одежду. Вместе с тем в японских корпорациях приняты четкая система подчинения и жесткая дисциплина.

Работники японских фирм регулярно повышают свою квалификацию. Они самые активные ученики в школах бизнеса.

При выдвижении на должность в Японии ценятся потенциальная возможность претендента стать руководителем широкого

профиля, глубокие научные знания и практический опыт. Высоко ценится знание производства. С этой целью в фирмах каждый руководитель должен отработать по неделе на тех производственных участках, на которых не работал.

Японцы занимаются также развитием своих эстетических вкусов: в свободное время увлекаются искусством, изучением гуманитарных предметов. Они полагают, что это способствует более качественной и производительной работе.

Вместе с тем нельзя говорить, что все проблемы нравственности деловой жизни в Америке и Японии решены. Это не так. Они были и есть. Однако все то положительное, что достигнуто в этих странах, может служить наглядным примером.

Контрольные вопросы

1. В чем сущность и значение культуры предпринимательства, каковы условия и факторы, влияющие на ее формирование и изменение?
2. Деловая и профессиональная этика — важнейшие элементы культуры предпринимательства. В чем их сущность?
3. Каково содержание основных правил делового общения?
4. Каковы важнейшие черты современного бизнесмена и какова роль лидера в формировании культуры предпринимательства?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Уголовный кодекс Российской Федерации.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.
5. Трудовой кодекс Российской Федерации.
6. Закон РСФСР от 2 декабря 1990 г. № 395-1 "О банках и банковской деятельности".
7. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 "О средствах массовой информации".
8. Закон РФ от 20 февраля 1992 г. № 2383-1 "О товарных биржах и биржевой торговле".
9. Закон РФ от 29 мая 1992 г. № 2872-1 "О залоге".
10. Федеральный закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ "О естественных монополиях".
11. Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ "Об акционерных обществах".
12. Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг".
13. Федеральный закон от 8 мая 1996 г. № 41-ФЗ "О производственных кооперативах".
14. Федеральный закон от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ "О бухгалтерском учете".
15. Федеральный закон от 11 марта 1997 г. № 48-ФЗ "О переводном и простом векселе".
16. Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".
17. Федеральный закон от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)".

18. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ “Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений”.

19. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 40-ФЗ “О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций”.

20. Федеральный закон от 9 июля 1999 г. № 160-ФЗ “Об иностранных инвестициях в Российской Федерации”.

21. Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ “О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем”.

22. Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ “О лицензировании отдельных видов деятельности”.

23. Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ “О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей”.

24. Федеральный закон от 29 ноября 2001 г. № 156-ФЗ “Об инвестиционных фондах”.

25. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ “Об охране окружающей среды”.

26. Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ “О несостоятельности (банкротстве)”.

27. Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ “О техническом регулировании”.

28. Абова Т. Е. Производственные кооперативы в России. Правовые проблемы теории и практики // Государство и право. — 1998. — № 8.

29. Бакинских В. Ю. Правовое регулирование предпринимательской деятельности: Учеб. пособие. — М.: Инфра-М, 1997.

30. Биншток Ф. И. Ценообразование. — М.: Инфра-М, 2001.

31. Бобрышев А. Д. Как ликвидировать предприятие? / Практическое пособие. — М., 1996.

32. Борисов Б. Услуги: Правовой режим реализации. — М., 1997.

33. Вайпан В. А. Ликвидация юридического лица // Право и экономика. — 1997. — № 5–6.

34. Валигурский Д. И. Предпринимательство на селе. — М., 1996.

35. Валигурский Д. И., Правдин Д. И. и др. Рыночное предпринимательство и практика регулирования. — М.: ИКЦ “Маркетинг”, 1995.

36. Валигурский Д. И. Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. — М.: ИКЦ “Дашков и К”, 2002.

37. Варнеке Х.-Ю. Революция в предпринимательской культуре. Фрактальное предприятие / Пер с нем. — М.: МАИК “Наука/Интерпериодика”, 1999.

38. Газман В. Рынок лизинговых услуг. — М.: “Правовая культура”, 1999.

39. Горемыкин В. А. Основы технологий лизинговых операций. — М.: Ось-89, 2000.

40. Горфинкель В. Я. и др. Экономика предприятия. — М.: ЮНИТИ, 2003.

41. Гребнев А. И., Баженов Ю. К., Габриэлян О. А. и др. Экономика торгового предприятия: Учебник для вузов / Рук. авт. кол. А. И. Гребнев. — М.: Экономика, 1996.

42. Еришова И. В. Предпринимательское право. — М.: Юриспруденция, 2002.

43. Жеребцов А. П. Проблемы квалификации незаконного предпринимательства // Российский юридический журнал. — 1998. — № 2.

44. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. — М.: Экономика, 1991.

45. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. — М.: Прогресс, 1990.

46. Кларк Дж. Б. Распределение богатства. — М., 1934.

47. Кейлер В. А. Экономика предприятия. — М.-Новосибирск: Инфра-М — НГАЭиУ, 2003.

48. Козлов В. Д. Управление организационной культурой. — М.: Изд-во Академии общественных наук, 1990.

49. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. — М.: Прогресс, 1990.

50. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. — М., 1995.
51. Крейнер Г. Б. и др. Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. — М.: Наука, 2002.
52. Крепкий Л. Организация посылочной торговли // Хозяйство и право. — 1997. — № 2.
53. Крис А., Жаллэ Ж. Внутренняя торговля: Пер. с фр. / Общ. ред. В. С. Загашвили. — М.: Изд. группа "Прогресс-Универс", 1993.
54. Крысин Ю. И., Мишукова Р. А. Оптовая торговля и маркетинг в США. — М.: ЦНИИТЭИМС, 1992.
55. Лобанов Г. Маркетинговые услуги и себестоимость // Хозяйство и право. — 1996. — № 11.
56. Макконнел К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. — В 2 т. — М.: Республика, 1992.
57. Мамукова О. И. Налоги и налогообложение. — М.: Омега-М, 2003.
58. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность. — М., 2003.
59. Петров М. Н. Основы экономики и предпринимательства. — СПб.: ИД "Герда", 2002.
60. Петров М. Н. Предпринимательство и рынок: Учебное пособие. — СПб.: Союз, 2002.
61. Родионова Н. В., Читанова О. О. Предпринимательство. Социально-экономическое управление. — М.: Единство, 2002.
62. Родионова Н. В. и др. Предпринимательство. — М.: Единство, 2002.
63. Рюттингер Рольф. Культура предпринимательства / Пер. с нем. — М.: ЭКОМ, 1992.
64. Гражданское право: Учебник. — В 3 ч. / Под ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. — М.: Проспект, 2006.
65. Сергеев А. П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. — М., 1996.
66. Сирополис Николас К. Управление малым бизнесом. — М.: Дело, 1997.
67. Уткин Э. А. Цены и ценообразование. Ценовая политика: Учебник. — М.: ЭКМОС, 2003.

68. *Хайек Ф.* Конкуренция как процедура открытия // *Мировая экономика и международные отношения.* — 1989. — № 12.

69. *Чувилин Е. Д., Дмитриева В. Г.* Государственное регулирование и контроль цен в капиталистических странах / Под ред. В. К. Сенчагова. — М.: Финансы и статистика, 1991.

70. *Швандар В. А. и др.* Предпринимательский тип хозяйствования. — М.: Экономическая литература, 2002.

71. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982.

72. *Энциклопедический словарь предпринимателя / Сост. С. М. Синельников, Т. Г. Соломоник, Р. В. Янборисова.* — СПб.: Алга-фовд, АЯКС, 1992.

Главный редактор — *А. Е. Илларионова*
Редактор — *Н. Л. Юдина*
Художник — *В. А. Антипов*
Верстка — *Н. А. Кирьянова*
Корректор — *В. Ш. Мерзякова*

Ответственный за выпуск — *С. М. Паскевич*

Учебное издание

Валигурский Дмитрий Иванович

**Организация
предпринимательской деятельности**

Санитарно-эпидемиологическое заключение
№ 77.99.60.953.Д.007399.06.09 от 26.06.2009 г.

Подписано в печать 12.07.2011. Формат 60×84 1/16.
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1.
Печ. л. 32,5. Тираж 1000 экз.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732.
Для писем: 129347, Москва, п/о И-347
Тел./факс: 8(499) 182-01-58, 182-11-79, 183-93-01.
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис;
<http://www.dashkov.ru>

Отпечатано в соответствии с качеством предоставленных диапозитивов
в ФГУП «Производственно-издательский комбинат ВИНТИ»,
140010, г. Люберцы Московской обл., Октябрьский пр-т, 403. Тел.: 554-21-86