



Уральский
федеральный
университет

имени первого Президента
России Б. Н. Ельцина

Институт экономики
и управления

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Учебное пособие

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Учебное пособие

Рекомендовано методическим советом
Уральского федерального университета в качестве учебного пособия
для студентов вуза, обучающихся по направлениям подготовки
38.03.02, 38.04.02 «Менеджмент»,
38.03.04, 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»,
38.03.06, 38.04.06 «Торговое дело»,
по специальности 38.05.02 «Таможенное дело»

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2020

УДК 658(075.8)
ББК 65.9я73
П71

А в т о р ы:
Н. Ю. Никитина, С. М. Корунов, А. А. Яшин, И. Д. Опарин

П о д о б щ е й р е д а к ц и е й
Н. Ю. Никитиной

Р е ц е н з е н т ы:
отдел региональной промышленной политики
и экономической безопасности Института экономики УрО РАН
(заведующий отделом доктор экономических наук,
профессор РАН *В. В. Акбердина*);
О. А. Романова, доктор экономических наук, профессор
(Институт экономики РАН)

Предпринимательство : учебное пособие / Н. Ю. Никитина, С. М. Корунов, А. А. Яшин, И. Д. Опарин; под общ. ред. Н. Ю. Никитиной ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 256 с. : ил. – 100 экз. – ISBN 978-5-7996-3107-9. – Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-7996-3107-9

В учебном пособии по одноименному курсу многоаспектно описано предпринимательство как одна из основных сфер деятельности: его сущность, субъекты, проблемы, формы, объекты инфраструктуры, риски, процедуры защиты, налогообложения и прекращения предпринимательской деятельности, аспекты личности предпринимателя, информационные источники. Основной текст дополнен глоссарием.

Для студентов очной и заочной форм обучения, изучающих менеджмент, маркетинг, логистику, государственное и муниципальное управление, торговое и таможенное дело.

УДК 658(075.8)
ББК 65.9я73

Оглавление

Предисловие	6
Глава 1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	7
1.1. Суть предпринимательства	7
1.2. Круг проблем	12
1.3. Основные принципы предпринимательства	15
1.3.1. Принцип экономической целесообразности	15
1.3.2. Принцип ситуативности	16
1.3.3. Принцип индивидуальной ответственности	21
1.3.4. Принцип благотворительности	22
1.4. Социальное развитие и предпринимательство	24
1.5. Шесть черт предпринимательства	27
Глава 2. ВЛАСТЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	33
2.1. Задачи экономического регулирования	33
2.2. Проблемы властного регулирования	44
2.3. Отношения предпринимательства с государственными и местными органами управления	48
Глава 3. ИНФРАСТРУКТУРА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	53
3.1. Общая характеристика	53
3.2. Предприятия	60
3.3. Организации	63
Глава 4. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	67
4.1. Юридические формы предпринимательства	67
4.2. Крупный бизнес	70
4.3. Малый бизнес	74
4.3.1. Общая характеристика	74
4.3.2. Меры поддержки малого бизнеса	79
4.3.3. Пути развития малого бизнеса	83
4.4. Средний бизнес	85
4.5. Тенденции развития бизнеса	87

Глава 5. ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И КРИТЕРИИ ИХ ВЫДЕЛЕНИЯ	90
5.1. Производственное предпринимательство	90
5.2. Коммерческое предпринимательство	96
5.3. Финансовое предпринимательство	102
5.4. Предпринимательство в сфере услуг	108
Глава 6. РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ	115
6.1. Понятие риска в предпринимательской деятельности	115
6.2. Классификация рисков	116
6.2.1. Производственные риски	119
6.2.2. Политические риски	119
6.2.3. Экономические риски	120
6.2.4. Коммерческие риски	121
6.2.5. Инвестиционные риски	122
6.2.6. Проектные риски	123
6.3. Потери от рисков	127
6.4. Оценка рисков и управление рисками	129
6.5. Способы снижения рисков в предпринимательстве	131
6.5.1. Страхование	132
6.5.2. Хеджирование	134
6.5.3. Франчайзинг	137
Глава 7. ЛИЧНОСТЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	139
7.1. Личностные качества предпринимателя	139
7.2. Владеть и управлять	148
7.3. Выстраивание отношений с «неудобными» для бизнеса людьми	153
7.4. Бизнес-карьера	156
7.4.1. Общие замечания	156
7.4.2. Вход в бизнес-карьеру	157
7.4.3. Развитие деловых качеств	162
Глава 8. ЗАЩИТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	164
8.1. Смысл и цели защиты предпринимательской деятельности	164
8.2. Внутреннее мошенничество как угроза предпринимательству ...	166
8.3. Мероприятия по повышению внутренней безопасности	169

8.4. Задачи обеспечения внешней безопасности предпринимательской деятельности	172
8.5. Виды недобросовестной конкуренции	176
8.6. Законы безопасности в предпринимательстве	180
8.7. Задачи службы безопасности	183
Глава 9. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ	
В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	186
9.1. Базовые понятия	186
9.2. Общая система налогообложения	189
9.3. Специальные налоговые режимы	192
9.3.1. Упрощенная система налогообложения	193
9.3.2. Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности ...	196
9.3.3. Патентная система налогообложения	198
Глава 10. ПРЕКРАЩЕНИЕ	
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	206
Глава 11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ	
В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	214
11.1. Литературные источники информации в сфере предпринимательства	214
11.2. Использование Интернета для получения информации	217
11.2.1. Электронная почта	217
11.2.2. Ресурсы Всемирной паутины	219
11.3. Событийные формы получения и распространения информации	223
Контрольные вопросы	225
Глоссарий	227
Список использованной литературы	237
<i>Приложение 1. Показатели деятельности сельскохозяйственных компаний Российской Федерации по итогам 2016 года</i>	<i>241</i>
<i>Приложение 2. Основные режимы налогообложения в Российской Федерации</i>	<i>249</i>
<i>Приложение 3. Отличительные особенности основных режимов налогообложения в Российской Федерации</i>	<i>252</i>

Предисловие

Курс «Предпринимательство» используется при изучении дисциплин «Предпринимательская деятельность» и «Основы предпринимательства». Кроме того, этот курс может быть полезен для освоения таких дисциплин, как «Теория управления», «Теория организации», «Система государственного и муниципального управления», «Стратегический менеджмент», «Управление проектами», «Бизнес-планирование».

Курс читается студентам очной и заочной форм обучения – будущим специалистам различных отраслей экономики, желающим работать предпринимателями.

Деловые отношения в своей основе имеют объективный характер, поэтому для достижения успеха надо знать и понимать различные аспекты системы современного предпринимательства. Изучение системы предпринимательства позволяет каждому управленцу лучше ориентироваться в проблемах предпринимательской деятельности, учитывать интересы ее участников, находить взаимную выгоду, быстрее договариваться с партнерами не только со стороны предпринимательства, но и со стороны политических и общественных структур.

В учебном пособии по одноименному курсу структурировано понятие «концепция предпринимательства», раскрыты отношения предпринимательства с государственными и местными органами управления, классифицирована инфраструктура предпринимательства, определены риски и способы их уменьшения, описаны информационные источники в предпринимательской деятельности.

Учебное пособие создано на основе глубокой переработки значительного количества специальной литературы, изданной за последние 20 лет (см. список использованной литературы).

Коллектив авторов будет благодарен читателям за высказанные пожелания и замечания по содержанию учебного пособия.

Глава 1

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1.1. Суть предпринимательства

Предпринимательство – один из главных элементов рыночной экономики, без которого народное хозяйство не может интенсивно развиваться. Предпринимательство влияет на темпы экономического развития государства, структуру, объем и качество валового национального продукта.

Одно из самых распространенных на сегодняшний день определений предпринимательства следующее: это любая деятельность, направленная на получение прибыли, осуществляемая путем реализации пользующихся спросом товаров и услуг. Есть и другие определения, более адаптированные к реальным условиям. Например: предпринимательство – это деятельность, которая ведется субъектами рыночной экономики и государственными органами за счет собственных или заемных средств под свою ответственность и главными целями которой являются получение прибыли и развитие собственного предприятия.

Российское законодательство дает определение понятия предпринимательства в Гражданском кодексе Российской Федерации (статья 2): «...самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

Таким образом, предпринимательство – такая единственная сфера деятельности, где делаются деньги. В бюджетной сфере деньги только перераспределяются. Конечно, оптимальное распределение денег в социально ориентированном современном обществе – тоже работа, но она не прибавляет продукта.

Не может быть благополучного общества при слабом или неразвитом предпринимательстве. В современном мире предпринимательство, общество и власть, при наличии у них своих интересов, являются партнерами, которых объединяет общая цель – дальнейшее улучшение уровня жизни всего населения каждой из стран на основе компромисса интересов этих партнеров. Так, предпринимательство в стремлении приобрести позитивную репутацию идет на расходы, поддерживая значимые социальные программы. Власть же со своей стороны обычно учитывает потребности предпринимателей и, что крайне важно, советуется с ними в ответственные моменты.

Исторический опыт развития современных стран подтверждает то, что нет единой, стандартной рыночной модели, которая бы подходила всем странам. При этом неэкономические факторы реализации рыночного пути развития в каждой стране имеют специфику, по-разному воздействующую на сугубо рыночные процессы.

Российское предпринимательство базируется на тех же принципах деловых отношений, которые действуют во всем мире. Но оно имеет и немало отличительных признаков, обусловленных исторической спецификой развития нашего государства, особенно в эпоху тотального государственного доминирования и в период крушения коммунистической идеологии. Скоропалительное властное формирование рыночной системы также добавило множество хозяйственных деформаций, в которых существует и развивается современное российское предпринимательство.

В условиях рыночного развития России сохранение единства страны невозможно без обеспечения единого рыночного пространства на всей российской территории. Это требует учета территориального, национально-культурного, социально-исторического и других факторов, которые напрямую не определяют рыночную мотивацию, а нередко и противоречат ей.

Предприниматели в России политически пока еще не всегда готовы к участию в формировании правовых и этических (то есть общеприменяемых неправовых) норм, на основе которых они могли бы развиваться в целом более эффективно. Надежды на то, что

рынок сам решит все проблемы, ушли в прошлое. Важность регулирующей роли государства несомненна. Однако российское государство до сих пор недостаточно справляется с согласованием интересов различных групп общества на пути экономического прогресса, хотя в целом государственные институты отслеживают и поддерживают одинаковые для всех правила игры.

Единое рыночное пространство опирается на конкурентный механизм, пронизывающий систему рынков, – *рынок товаров и услуг, отраслевых рынков*, каждый из которых имеет свои особенности становления, функционирования и развития. Несмотря на органическое единство рынков, их динамика не совпадает, что периодически провоцирует кризисные явления в экономике. Как правило, эти кризисы недолговременны. Ведь предпринимательство как вид деятельности чрезвычайно активно и разнообразно. Достижения менеджмента и развитие технологий позволяют строить все более и более активные организации, экономить издержки, повышать эффективность использования ресурсов. В результате предпринимательство стало одной из наиболее динамичных сфер развития общества. «Быстрые съедают медленных» – лозунг динамично развивающихся бизнесов против старого лозунга монополистов «Большие съедают маленьких». Правоту этого лозунга они доказывают достигнутыми результатами, становясь большими корпорациями и съедая уже не только маленьких, но и гигантов экономики.

Мир подвержен динамическим изменениям. Со временем сельскохозяйственные страны становятся индустриальными, индустриальные – продуцируют, развивают и продают знания. Глобальный рынок стал реальностью. «Ниссан» строит автомобили в Испании так же легко, как в Японии, а «Дженерал моторс» производит их как в США, так и в Канаде или Корее. IBM осуществляет сборку некоторых из своих компьютеров в Мексике и странах Дальнего Востока. Торговые марки «Coca cola», «Sony» и «FIAT», известны в России в той же степени, в какой они признаны в США, Японии и Италии.

Предпринимательство больше не связано географически с производством продукции только в своих родных странах. Оно также

не связано географически с наймом рабочей силы. Компании устремляются в поисках более дешевой рабочей силы и мест, где налоги разумны, а работники имеют квалификацию, необходимую для того, чтобы качественно проектировать, производить и ремонтировать технику. В процессе глобализации мировой экономики возросла роль и ответственность власти на местном, региональном и общегосударственном уровнях с точки зрения ее влияния на динамику привлечения инвестиций и развитие предпринимательства, а значит, на характер деятельности и уровень благосостояния граждан.

Мировой опыт накопил систему требований для успешного ведения предпринимательской деятельности. Кратко эти требования выражены в стандартах ISO серии 9000:2000, разработанных Международной организацией по стандартизации (International Organization for Standardization – ISO), которая является всемирной федерацией национальных организаций по стандартизации со штаб-квартирой в Женеве. Процедура утверждения стандартов такова, что стандарты ISO отражают именно обобщенный мировой опыт. Основные принципы данных стандартов приведены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Принципы стандартов ISO 9000:2000

Принцип	Комментарий
1. <i>Ориентация на потребителя</i> «Организация зависит от своих потребителей, и поэтому она должна понимать существующие и будущие требования потребителя, удовлетворять его запросы и стараться превзойти его ожидания»	В условиях глобализации и возрастающей конкурентной борьбы только активный маркетинговый подход способен в какой-то степени гарантировать предприятию относительную стабильность развития как в оперативном, так и в стратегическом аспектах. В современном мире успех дела определяется потребителем
2. <i>Лидерство</i> «Лидеры устанавливают единство цели и направления деятель-	Пословица «Каков поп, таков и приход» своего значения не потеряла. Никакие положения и регламентации не могут

Продолжение табл. 1

Принцип	Комментарий
ности организации. Они должны создать и поддержать внутреннюю среду, в которой весь персонал сможет участвовать в достижении целей организации»	заменить главенствующую роль личности, гармонично сочетающей черты ответственности и профессионализма
<p>3. <i>Вовлечение персонала</i> «Персонал всех уровней является существенным для организации, полное вовлечение сотрудников позволяет использовать их способности на благо организации»</p>	<p>Постоянное вовлечение в деятельность организации всех сотрудников – это не только применение поговорок «Ум – хорошо, а два ума лучше», но и основа сознательной трудовой дисциплины, постоянного совершенствования организационных и технологических возможностей организации, а также безопасности ее деятельности</p>
<p>4. <i>Подход, основанный на процессах</i> «Желаемый результат достигается более эффективно, если взаимосвязанными ресурсами и действиями управляют как процессом»</p>	<p>Жизнь сложнее, чем простые формулировки проблем. Надо планировать неизбежность изменений при выполнении любых установок, своевременно отслеживать вновь возникшие аспекты и согласованно принимать корректирующие решения во имя достижения цели</p>
<p>5. <i>Системный подход в управлении</i> «Определение, изучение и управление системой взаимосвязанных процессов с заданной целью улучшает эффективность организации»</p>	<p>Интеллектуальное напряжение с целью всеохватного подхода к проблемам быстро утомляет. Только осознание эффективности такой работы может обеспечить приложение необходимых усилий без быстрого понятного результата</p>
<p>6. <i>Постоянное совершенствование</i> «Постоянное совершенствование должно быть постоянной целью организации»</p>	<p>Отложить усовершенствования – значит не только отложить возможную выгоду, но и привести к перенапряжению сил</p>

Принцип	Комментарий
<p>7. <i>Фактический подход к принятию решений</i> «Эффективные решения основываются на анализе данных и информации»</p>	<p>Без высоких целей нет лидерства и роста эффективности. Хотя оценить реальность целей трудно, только сочетание мечты и трезвого, основанного на фактах расчета дает положительный результат</p>
<p>8. <i>Взаимовыгодные отношения с поставщиками</i> «Организация и ее поставщики взаимозависимы, взаимовыгодные отношения расширяют возможности обеих сторон по созданию добавочной стоимости»</p>	<p>Заплатить поменьше – естественное желание. Однако устойчивость предпринимательства ценнее. Если поставщик «умрет от бескормицы», его возрождение или замена может обойтись гораздо дороже</p>

Итак, требования международных стандартов к предпринимательству показывают, что это чрезвычайно разнообразный по содержанию, а потому весьма сложный вид деятельности.

1.2. Круг проблем

Исследование 50 крупнейших мировых корпораций показало общий круг проблем, которые постоянно решаются успешными предпринимателями. Рассмотрим различные направления предпринимательской деятельности в соответствии с выявленными (в среднем, конечно) приоритетами.

Первое направление – это решение задач по снижению внутренних издержек, поскольку этим достигается максимальное повышение эффективности предприятия. К таким задачам относятся совершенствование продукции, технологии, методов работы, учета и контроля, а именно:

– повышение эффективности использования материальных ресурсов;

- лучшее использование оборудования, площадей, производственной мощности;
- повышение производительности труда на рабочих местах;
- ускорение оборачиваемости оборотных средств;
- снижение непроизводственных расходов, использование отходов производства;
- стандартизация, унификация продукции;
- экономия оборотных средств за счет сокращения производственных запасов незавершенного производства, запасов готовой продукции на складах.

Сюда также относятся инновационная деятельность, тотальная борьба за качество и повышение квалификации персонала. Данное направление самое затратное, но оно целиком находится во власти и компетенции предпринимателя и может дать быстрый эффект.

Второе направление – это развитие внешних хозяйственных связей, когда в результате интеграции усилий возрастает мощь предпринимательства, за счет диверсификации повышается его гибкость, снижаются циклические риски и захватываются новые рынки, развиваются связи с поставщиками и потребителями. В рамках внешних связей решаются проблемы развития каналов распределения и создания научных партнерств.

Третье направление включает постоянные попытки за счет смены организационных установок и связей, совершенствования системы управления добиться лучшего взаимодействия сотрудников, более производительной мотивации, парирования постоянно угрожающего делу «забюрокрачивания».

По материальным затратам это самое дешевое направление, но им надо пользоваться аккуратно, так как частые реорганизации резко ухудшают управляемость и снижают эффективность предпринимательства.

Четвертое направление заключается в достижении корпоративного социального партнерства. Это предполагает пропаганду прямой связи между интересами работника и интересами фирмы; обеспечение тождественности интересов собственника и наемно-

го работника, что подразумевает наличие единого статуса для всех работников и равенство в отношениях; проявление заботы о нуждах работников; формирование материальной и нематериальной мотивации.

Результатами этих действий становится развитие сотрудничества и создание единого позитивного корпоративного духа. Происходит формирование корпоративной системы ценностей, включающей качественное обслуживание потребителей, сотрудничество с администрацией, причастность к общим целям и общей ответственности. Наряду с постоянным развитием и обучением персонала формируется мотивация через принадлежность к команде и организации.

Данное направление требует повышения профессионализма менеджеров, постоянной переоценки уровня и эффективности необходимых затрат, и хотя оно находится как бы на периферии собственно бизнеса, однако по мере роста интеллектуальной компоненты бизнеса приобретает все большее значение.

Наконец, пятое направление – это укрепление добропорядочного имиджа организации, который обеспечивают безупречность ее репутации, осуществление программ содействия здоровому образу жизни и развитию спорта, участие в общественно полезной деятельности и благотворительности по созданию и поддержке музеев, общеобразовательных учреждений и т. д.

Усилия по созданию благоприятной социальной среды предусматривают партнерство с местными властями, партнерство с населением района в части рабочих мест, обучения и досуга детей, осуществление экологической активности за счет введения жестких экологических стандартов и мероприятий по защите окружающей среды.

Хотя данное направление влияет на эффективность предпринимательства косвенно и может оказаться очень затратным, оно способствует утверждению общественной значимости предпринимательства, а также может стать действенным инструментом взаимодействия с властью и обществом.

1.3. Основные принципы предпринимательства

В процессе своей деятельности предпринимателю приходится взаимодействовать с большим количеством поставщиков, наемных работников, потребителей продукции. Для поддержания устойчивости своего дела ему необходимо поддерживать долговременные связи с государством, общественными организациями и т. д.

Эффективное долговременное взаимодействие во всех этих случаях невозможно без учета и включения в повседневную деятельность предпринимателя целого комплекса социальных целей, которые формируют этику предпринимательства. Можно сказать, что суть предпринимательства выражают следующие неявные постулаты: принцип экономической целесообразности, принцип ситуативности, принцип индивидуальной ответственности и принцип благотворительности. Рассмотрим каждый из них подробнее.

1.3.1. Принцип экономической целесообразности

Ориентация на получение прибыли в кратковременном или долговременном периоде вытекает из смысла предпринимательства. Предпринимательство отличает особое отношение к прибыли: предприниматель заинтересован в ее максимизации. Динамика прибыли полностью определяет организацию, производственную и финансовую деятельность фирмы. Она показывает степень успешности деятельности предпринимателя. Рост прибыли заставляет предпринимателя активизировать инвестиции, наращивать объемы производства. Снижение прибыли заставляет предпринимателя искать новые виды, формы ведения и организации деятельности. Прибыль для предпринимателя выступает в качестве конечной цели и индикатора его деятельности.

Поэтому, какое бы определение предпринимательства мы ни взяли, в нем присутствует формулировка *«ориентация на прибыль»*, что задает направленность действий всех представителей предпринимательства и роднит множество непохожих друг на друга людей, ситуаций и действий. Отказ от ориентации на прибыль объективно лишает предпринимателя возможности заниматься его

видом деятельности. Хотя предприниматель может руководствоваться в своей деятельности множеством различных мотивов, ориентироваться на самые разные важные для себя ценности, но в конечном счете он не может себе позволить, чтобы принимаемые им по тем или иным мотивам решения оказывались экономически нецелесообразными в такой мере, чтобы угрожать самому существованию его дела.

Принцип экономической целесообразности нельзя рассматривать упрощенно. Когда в дело вкладываются инвестиции – прибыль еще только впереди. Конкурентная борьба может потребовать действий, ведущих к снижению потенциально возможной прибыли. Прибыль – это конечная цель, промежуточные цели могут быть не связаны с прибылью.

В предпринимательстве существует весьма примечательная поговорка: «Там, где речь заходит о суммах свыше 500 миллионов долларов, кончается бизнес и начинается политика». Иными словами, тогда зачастую перестают действовать законы, этика и правила игры предпринимательства и включаются законы, этика и правила игры политической деятельности. То есть человек, продвигающий через государство проект монополизации отрасли, размещения крупных заказов для своих производств и т. п., действует скорее уже не по законам предпринимательства, но по законам политики. Обязанность государства – ограничить возможность таких действий, устанавливая строгие и действенные правила, регламентирующие лоббирование интересов, противодействующие образованию монополий, уходу от налогов и т. п.

Государство по определению должно действовать в первую очередь как представитель, защитник и выразитель интересов своих граждан. На практике, однако, политики часто используют силу предпринимательства в своих интересах. А потом с легкостью начинают обвинять предпринимателей в отсутствии у них социальной и политической ответственности.

1.3.2. Принцип ситуативности

Принцип ситуативности (ориентация на своевременную активность) является логическим продолжением и развитием принципа

экономической целесообразности. Он в то же время во многом определяется инновационной природой предпринимательства, которое зачастую вынуждено действовать в условиях высокой неопределенности. В предпринимательстве действует большое количество противоречащих друг другу факторов. Для их разрешения нет разработанного алгоритма, и каждый раз это задача индивидуального выбора предпринимателя.

Риск, то есть возможность наступления неблагоприятных условий ведения предпринимательства (как внутренних, так и внешних), – постоянный спутник предпринимателя. Для предпринимательства характерен обоснованный риск (рассчитанный риск) – риск, который поддается количественной оценке. Величина риска всегда сопоставляется с размерами предполагаемой прибыли. Поэтому проект, имеющий относительно высокий риск, но обещающий предпринимателю достаточно большую прибыль, может оказаться более привлекательным, чем проект с небольшими рисками, но и незначительной прибылью.

Таким образом, постоянно используя благоприятные и обходя неблагоприятные ситуации, предприниматель, чтобы обеспечить себе получение целого ряда общественных выгод, должен:

- будучи лично заинтересованным в успехе своего дела, употребить все свои силы и знания для дела, за которое взялся;
- стремиться угадать зарождающиеся потребности, рассчитывая получить финансовые выгоды раньше своих конкурентов;
- благодаря предпринимательской специализации использовать более эффективно ресурсы общества.

Ситуативность предполагает свободу субъектов предпринимательской деятельности в выборе:

- вида, сферы и методов деятельности;
- хозяйственных решений и средств их реализации;
- направлений распоряжения прибылью от предпринимательской деятельности;
- источников получения трудовых ресурсов, систем их стимулирования и развития;
- уровня цен и тарифов на услуги и продукцию;

- каналов сбыта;
- производственных программ;
- источников финансирования;
- поставщиков продукции и услуг.

Кажущаяся простота зависимости величины прибыли от указанных факторов на самом деле является весьма обманчивой, ибо эти факторы внутренне зависят друг от друга.

В рыночных условиях цена товара играет исключительно важную роль. С помощью ориентированной ценовой политики предприятие может изменить соотношение спроса и предложения конкретного товара на рынке. Реализуя, например, свой товар дешевле, предприятие может больше продать этого товара и, скорее всего, больше произвести готовой продукции. Увеличение производства продукции снизит ее себестоимость.

В результате может быть выбран стратегический курс предприятия. Например, больше производить продукции (то есть увеличивая объем и уменьшая затраты) и продавать ее дешевле. Можно наоборот: меньше производить продукции, но продавать ее дороже. Могут быть выработаны и компромиссные стратегии. При этом любая из правильно выбранных стратегий способна привести к росту прибыли предприятия. Вопрос заключается в том, чтобы найти оптимальный курс, обеспечивающий предприятию гарантированный успех и ведущий его к процветанию.

Предприниматель постоянно стремится расширить самостоятельность своего предприятия. Расширение самостоятельности предприятий в современных условиях проявляется в следующих основных формах.

Во-первых, это *создание новых сфер деятельности предпринимательства*. Например, до середины 1980-х годов сфера услуг в России была представлена в основном традиционными видами деятельности: рестораны, химчистки, ремонт бытовой техники, присмотр за детьми и т. д. С развитием современных требований к предпринимательству создались условия для появления таких направлений, как маркетинговые и рекламные фирмы, разнообразные консалтинговые фирмы, консультирующие предпринимателей

по вопросам аудита, права, инвестиций. Развитие интернета привело к появлению большого количества электронного предпринимательства, занимающегося разработкой и продажей современных компьютерных технологий, технологий передачи данных, организацией продаж по электронной сети и т. д.

Во-вторых, *появление и расширение новых функций предпринимательства* – самостоятельных направлений, методов и процедур ведения регулярного (процедурного) предпринимательства. Каждое предприятие независимо от того, большое оно или малое, функционируя для достижения вполне определенной цели – получения от своей деятельности необходимой прибыли, имеет конкретную организационно-производственную структуру. Это значит, что оно включает в свой состав ряд производственных и управленческих подразделений (элементов), образующих единое целое, имеющих общую цель, общий производственно-технический, кадровый и энергетический потенциал.

Функциональная перестройка, выделение новых функций предпринимательства – механизм его постоянного внутреннего совершенствования. Предприниматели вынуждены постоянно заботиться о совершенствовании своего предпринимательства, так как именно новшества являются источником предпринимательской прибыли. Однако не все предприниматели в одинаковой степени занимаются собственно инновациями – привнесением новых идей в организацию производства и сбыта продукции. Поэтому часто различают понятия «предпринимательство» и «бизнес». Это выражено, например, в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова. Такое разделение в современных условиях носит не экономический, а скорее психологический характер.

Под бизнесом обычно понимают ведение дела и получение прибыли традиционным способом. Предпринимательство в узком смысле слова есть современный регулярный бизнес, сложившийся в развитых рыночных странах, в котором основным источником прибыли служит создание новых способов получения прибыли в производстве (новые факторы производства, новое сочетание факторов, новых сфер приложения капитала), в сбыте продукции,

спекулятивных операциях, в системе социальных и психологических отношений и т. д.

Главное отличие предпринимателя от бизнесмена состоит в том, что первый способен изобрести новый вид деятельности и организовать его как принципиально новую предпринимательскую схему (способ делать бизнес). Именно способность к конструированию бизнеса отличает предпринимателя от бизнесмена, пользующегося для извлечения прибыли шаблонами, когда-то изобретенными другими. Однако роль предпринимателя отличается от роли изобретателя и новатора. Предпринимателю необязательно самому быть изобретателем, он может лишь внедрять изобретение в производство, но, только внедряя новацию в свой бизнес, он становится подлинным предпринимателем.

В-третьих, возможно *развитие форм организации предпринимательства и способов взаимодействия предпринимателей*. Это способствует укреплению независимости предпринимательства, совершенствует оформление механизмов взаимодействия предпринимателей внутри фирмы и за ее пределами. С помощью организационно-правовых форм предпринимательства и принципов заключения сделок развивается сфера предпринимательского права.

Взаимное влияние предприятий и общества весьма многолико и проявляется по многим направлениям, в числе которых:

- отношения с государством;
- отношения с муниципальными органами и службами;
- отношения с населением данного региона, с его инфраструктурой и социальной средой;
- связь с действующим законодательством и правовой средой;
- взаимосвязь с рынком, с многочисленными субъектами рыночных отношений.

Федеральные и муниципальные органы регулируют деятельность предприятий путем принятия и применения законодательных и подзаконных актов, а также путем создания для отдельных предприятий различных организационно-экономических льгот (например, государственный и муниципальный заказ, льготное налого-

обложение, централизованное финансирование работ, дотации на производство и выпуск отдельных товаров и т. д.).

Особое значение приобретает деятельность предприятия на рынке, где оно вступает в договорные рыночные отношения с поставщиками и потенциальными потребителями своей продукции. Конкурентная рыночная среда создает наиболее благоприятные условия для экономического развития общества и в конечном счете для развития предприятий, являясь движущей силой экономического и социального прогресса.

Действие законов рыночной конкуренции побуждает предприятия вести постоянную борьбу за потребителя, предлагая ему продукцию высокого качества и по доступной цене. Только так предприятие может занять достойное положение на рынке. Лишь при таких условиях предприятие сможет получить свою прибыль, величина которой будет зависеть от того, насколько успешно оно смогло организовать производство своего товара и действовало на рынке.

1.3.3. Принцип индивидуальной ответственности

Ситуативность в принятии решений неразрывно связана с неотвратимостью *индивидуальной ответственности предпринимателя* за принятое решение. Предприниматель несет всю полноту материальной и юридической ответственности за свою деятельность. Это связано с тем, что от его действий зависит успех и неудача предприятия в целом.

Материальная ответственность означает, что за неудачи фирмы предприниматель отвечает всем своим имуществом или его частью, а развитие предпринимательства возможно лишь на основе полного самофинансирования или за счет возмездных источников внешнего финансирования. Юридическая ответственность означает, что в случае недобросовестного ведения дел предприниматель может быть привлечен к ответственности на основе норм гражданского и уголовного права.

Коренное правило деловых отношений состоит в заключении четко сформулированных договоров и требовании их исполнения. И это вполне понятно: в предпринимательстве у каждого есть свой интерес, и всегда может возникнуть соблазн отойти от устно про-

говоренных условий, если за этим обнаружится большая выгода. В деловых отношениях предпринимателей не должно быть иных «объективных обстоятельств», кроме тех, которые однозначно оговорены сторонами в совместно подписанном договоре.

Любой серьезный предприниматель стремится к тому, чтобы в договорах присутствовали некоторые пункты, которые защищали бы его интересы или предоставляли ему определенную выгоду в случае, если партнер недостаточно ясно оговорит свои интересы и свою выгоду. Если человек недостаточно хорошо знает законодательство и подписывает договор с ущемлением своих интересов – это его проблема. В конце концов у него была возможность изучить необходимые юридические тонкости, касающиеся договорных отношений, или потратить деньги на профессиональную экспертизу. Ведь никто не обязан это делать за него. Именно в таких ситуациях у предпринимателя очень быстро формируется чувство индивидуальной ответственности как профессионально необходимое.

1.3.4. Принцип благотворительности

Благотворительность – демонстрация успешности предпринимателя перед обществом и его участия в жизни социума. Принцип благотворительности как социальной демонстрации успешности предпринимательской деятельности – естественное продолжение первых трех принципов. Напомним: основной задачей предпринимательства является развитие производства. Нормально ориентированный предприниматель создает рабочие места, выплачивает налоги, обеспечивает безопасность труда работников и выплачивает достойную зарплату. Остальные выплаты – это исключительно добровольное решение предпринимателя.

Активный выход предпринимательства за рамки первичных функций в область благотворительности имеет как богатую историю (вспомним братьев Третьяковых или Рокфеллера), так и ее современное продолжение. Например, многочисленные факты безвозмездной помощи предпринимателей обществу были явлены в период пандемии COVID-19.

Действия государства очень сильно влияют на благотворительную деятельность. В России благотворительная деятельность регулируется Конституцией РФ (где это выражено одним словом – «поощряется») и рядом федеральных законов и законодательных актов по отдельным формам организаций и благотворительной деятельности, в которых определены формы и виды поддержки благотворительности организаций и граждан. Предусмотрено налоговое стимулирование, однако реально оно предоставляется недостаточно.

На федеральном уровне существуют льготы только для частных лиц, которые могут пожертвовать личные средства на предусмотренные законом виды деятельности (организациям науки, культуры, образования, здравоохранения и социального обеспечения). Личные средства возможно передать организации, имеющей бюджетное финансирование, – тогда сумма не облагается подоходным налогом. Если помощь оказана частным лицам или организациям (в том числе благотворительным), не имеющим бюджетного финансирования, то уплачиваются все налоги, как в коммерческой сделке. То же самое распространяется на любые корпоративные социальные пожертвования и инвестиции – средства можно выделить только из прибыли, с которой уплачены все налоги.

Благотворительные и некоммерческие организации в последнее время получили существенные налоговые льготы, касающиеся НДФЛ и НДС. Однако эти послабления затронули лишь незначительную часть благотворительной деятельности.

В США от уплаты налогов освобождены не только благотворительные организации. Пожертвования граждан благотворителям тоже не облагаются подоходным налогом. Таким образом стимулируется принцип благотворительности. В результате функционирует эффективная благотворительная индустрия, действующая в трех направлениях:

- облагодетельствовать неимущих – дать ночлег бездомным, пролечить бедняков, накормить безденежных и т. д.;
- помочь человеку как личности – научить полезному, дать образование или льготный кредит на старт;
- дать средства общественным институтам (музеям, вузам, научным организациям) на социально значимую деятельность.

При этом крупные благотворительные фонды живут не на текущие взносы, а на доходы от собственного капитала.

1.4. Социальное развитие и предпринимательство

Предпринимательство – это не только появление новых технологий, товаров и рынков. Успешность предпринимательства определяется также и способностью к разработке и накоплению опыта социального взаимодействия, институтов, правил и процедур ведения дела.

Предприниматели регулярно ведут работу по снижению социальных рисков своей деятельности. Они формирует социальные пакеты предприятий, которые включают программы подготовки и повышения квалификации сотрудников, организацию питания на рабочем месте, медицинское обслуживание, содействие в приобретении жилья, переселение вышедших на пенсию работников из районов Крайнего Севера и т. д.

Социальное партнерство начинает действовать на региональном и местном уровнях. Оно включает в себя развитие систем безопасности жизни в городах и поселках, поддержку нетрудоспособного населения, формирование моральных ценностей. Социальные проблемы лучше решаются там, где развивается предпринимательство, и часто вовсе не решаются там, где предпринимательства нет. Причем нередко местные власти приписывают себе заслугу добровольно-принудительного сбора дополнительного социального налога (больница в обмен на скважину, палатка в обмен на шприцы).

Для значительной части населения постиндустриальных стран (в число которых стремится войти Россия) достижение материального благосостояния на основе технологического прогресса становится все более легким и материальная обеспеченность уменьшает свое значение. Потребность в получении все больших материальных благ утрачивает свою остроту и на первый план все чаще выходят такие проблемы, как необходимость сочетать безопасность и свободу, справедливость и ответственность.

Сегодня, с одной стороны, человек часто предпочитает трудиться за меньшую заработную плату, если его деятельность на рабочем месте позволяет ему максимально реализовать свои способности, не выполнять рутинные операции, самостоятельно принимать решения и в конечном счете рассчитывать в будущем на культурный и профессиональный рост. С другой стороны, стремление людей посвящать как можно больше времени семье, самообразованию, занятиям спортом и т. д. принимает массовый характер и не может теперь не учитываться.

Между благосостоянием и восприимчивостью человека к новым мотивам деятельности не существует прямой зависимости. Социологические исследования вполне ясно подтверждают, что в лучшем случае можно говорить о наличии слабой корреляции между экономическими успехами нации и относительно абстрактным понятием «удовлетворенность жизнью». Повышение материального уровня жизни создает потенциальные предпосылки для становления новой мотивационной системы. Освободившийся от необходимости постоянного поиска средств для удовлетворения насущных потребностей человек получает возможность приобщения ко всему многообразию ценностей, накопленных цивилизациями. При этом принципиально расширяется поле предпринимательства.

Фактор личной экономической заинтересованности, представляющей собой важный побудительный мотив человеческих действий в рамках индустриального общества, объясняет лишь самые простые экономические процессы. Анализ более сложных общественных взаимодействий требует принимать во внимание мотивы неэкономического характера. Первые проявления «неэкономического» поведения промышленных работников были четко зафиксированы еще во время Второй мировой войны. Они никак не коррелировали ни с материальным благополучием работников, ни с их профессиональным ростом и отмечались во всех воюющих странах – в СССР и США, в Германии и Японии, причем и во время побед, и во время поражения на фронтах.

Принцип экономической целесообразности и социальная ответственность предпринимателя во многих ситуациях могут оказаться

противоположно направленными векторами поведения и, следовательно, не всегда легко совмещаются. Это ставит предпринимателя в довольно сложную ситуацию выбора, которую каждый разрешает по-своему. Кто-то запрещает себе думать о социальной ответственности и легко находит аргументы в поддержку своей «эгоцентрической» позиции, кто-то, наоборот, может чрезмерно увлечься социальными проектами и отойти далеко от развития своего дела.

Конец XX столетия ознаменовался рождением и укреплением качественно новой тенденции. Прогресс информационного производства и характер постиндустриальной хозяйственной системы как таковой оказываются зависимы от потребностей человека в самореализации – как в производстве, так и в потреблении. В современных условиях социальное развитие все более определяется качествами человека именно как творческой личности, что ранее не имело прямого отношения к хозяйственным процессам.

В современных условиях в известной степени стирается грань между свободным и рабочим временем, между рабочим местом и рекреационным пространством. К началу 80-х годов около 30 % производственной деятельности менеджеров, конструкторского персонала и информационных работников осуществлялось за пределами нормированного рабочего дня. В результате происходило размывание границ между производительным и непроизводительным трудом, между производственной деятельностью и досугом и в конечном счете – между производством и потреблением.

В современных условиях неэкономический характер ценностей, разделяемых в интеллектуальной среде, приводит к тому, что корпорации уже не могут требовать от своих работников лояльности. Напротив, теперь они сами должны заслужить лояльность работников по отношению к себе.

Таким образом, ориентиры материального богатства, определявшие прошлые отношения в обществе, не могут сегодня играть структурообразующую роль в социальных группах, связанных с развитием самых передовых отраслей хозяйства. В последние годы это становится все более очевидным. Еще рано говорить о вытес-

нении материальной мотивации, о снижении ее роли в общественной жизни, но надо видеть наметившийся сдвиг от максимизации потребления к обеспечению более высокого качества жизни. Увеличение денежных доходов уже не оказывает прежнего воздействия на поведение человека.

1.5. Шесть черт предпринимательства

Всех предпринимателей мира объединяют родственные черты. Подтверждение этого выверено всей историей человечества. Однако кризисные явления, периодически возникающие в мировой рыночной экономике, породили и серьезные контраргументы, игнорировать которые невозможно.

Первая черта предпринимательства – **частная собственность**. Люди усерднее трудятся и рациональнее используют ресурсы, когда собственность является частной.

Аргумент. Частная собственность предполагает: а) право исключительного пользования имуществом; б) право на передачу имущества; в) защиту со стороны закона.

Частная собственность порождает систему стимулов, способствующих экономическому прогрессу, поскольку она:

– поощряет разумное управление имуществом. Если частные владельцы не могут должным образом содержать свою собственность либо допускают плохое с ней обращение, то они будут наказаны понижением ее ценности или ее утратой;

– побуждает людей увеличивать свое состояние и эффективно им пользоваться. В условиях частной собственности людям выгодно повышать свою квалификацию, больше и лучше работать;

– требует, чтобы частные собственники использовали свои ресурсы так, как это выгодно остальным. Частная собственность способствует разумному использованию ресурсов и их сбережению для будущего. Хотя закон разрешает делать со своим имуществом «все, что угодно», частные владельцы выигрывают, когда думают, как сделать свою собственность более привлекательной для других.

Если их действия вызывают одобрение других людей, ценность имущества возрастает, если нет – снижается;

– заставляет эффективно распоряжаться собственным трудовым потенциалом, является сильным стимулом для инвестирования в собственное образование и обучение. Точно так же у владельцев материальных активов есть стимул совершенствовать их в направлении, одобряемом другими.

Контраргумент. Крупные предприятия, как правило, являются акционерными, управление ими осуществляют наемные менеджеры. Так что эффективность управления прямой функцией формы собственности не является.

Вторая черта предпринимательства – **свобода обменов**. Политические меры, препятствующие обменов, сдерживают экономический рост.

Аргумент. В рыночной системе ни покупатель, ни продавец не могут быть принуждены к обмену. Личный выигрыш служит мотивацией для заключения сделок.

От обменов выигрывает все общество. Поэтому, когда власть препятствует обменов, оно тем самым сдерживает экономическое развитие своей страны (региона, города).

Обмены ограничиваются самыми разнообразными методами:

1. Многие страны вводят правила, которые ограничивают доступ к различным видам экономической деятельности.

2. Обмен затрудняется тогда, когда власть закона, имеющего равную силу для всех, уступает место дискреционной (применяемой раздельно к каждому конкретному случаю) политической власти. В некоторых странах считается обычным делом принятие законодательных актов, предоставляющих государственной администрации существенную свободу в толковании законов.

3. Многие страны прибегают к контролю цен в отдельных видах предпринимательской деятельности. В конечном счете это приводит к стагнации или свертыванию данного вида бизнеса.

Конкуренция из-за рубежа помогает внутренним производителям следить за мировыми инновациями, заставляя тех улучшать качество своей продукции и удерживать издержки на низком уровне.

Широкий ассортимент товаров из-за границы предоставляет потребителям свободу выбора.

Опыт автомобильной промышленности Северной Америки служит хорошей иллюстрацией к сказанному выше. Столкнувшись с жесткой конкуренцией со стороны японских фирм, автомобилестроители «большой тройки» («General Motors», «Ford» и «Chrysler») стали усиленно работать над повышением качества своих машин. В результате надежность машин собственного производства намного повысилась.

Контраргумент. Бизнес должен служить людям, а не люди бизнесу. Если свободное вторжение чужих, более сильных производителей порождает гибельные для местной экономики последствия, то безучастно к этому не может относиться ни общество, ни демократически выбранная и контролируемая власть. Пусть временно, но ограничение обменов является нормальной защитной реакцией органов власти на ситуацию.

Третья черта предпринимательства – **конкуренция**. Соревнование заставляет с максимальной выгодой использовать ресурсы и является постоянным источником прогрессивных нововведений.

Аргумент. Конкуренция ведет к постоянному росту эффективности производства. Она заставляет производителей избегать потерь и сокращать издержки, чтобы продавать товары по более низким, чем у других, ценам. Она вытесняет с рынка тех, чьи издержки являются высокими, оставляя на нем только производителей с низкими издержками. Конкуренция действует тогда, когда есть возможность выбирать среди продавцов и когда есть свобода появления новых продавцов на рынке.

Конкуренция оказывает давление на производителей, побуждая их эффективно вести дела и учитывать запросы потребителей, создавать продукты улучшенного качества и внедрять более дешевые способы производства. Никто точно не знает, какой именно продукт потребители захотят иметь в недалеком будущем или какая технология окажется наилучшей. Конкуренция помогает найти ответ на этот вопрос. Конкуренция как бы «открывает» тот тип организации и тот размер фирмы, который минимизирует удельные

издержки производства. Для того чтобы иметь успех, необходимо пройти всего один тест – на эффективность расходования ресурсов.

Контраргумент. Конкуренция ведет к дублированию усилий. Важно не само соревнование, а его результаты. Сама по себе конкурентная деятельность может потребовать больших затрат, чем дадут плоды конкуренции. Во многих случаях (для решения, например, задач по освоению космоса) общество просто не может позволить себе роскошь конкуренции и должно искать другие пути.

Четвертая черта предпринимательства – **рынок капитала**. Чтобы рационально использовать ресурсы, должен действовать механизм направления капитала в эффективные производства.

Аргумент. Вложение средств в создание и развитие ресурсов длительного пользования, позволяющих производить еще больше в будущем, является важным источником экономического роста.

Ресурсы, направляемые на инвестиции, не могут быть непосредственно использованы в производстве потребительских товаров. Следовательно, инвестирование требует отказа от сегодняшнего потребления.

Не все инвестиционные проекты являются прибыльными. В рыночной экономике механизмом, способным привлекать сбережения и направлять их на инвестиционные проекты, является рынок капитала.

Этот многообразный по своим формам рынок включает в себя фондовый рынок, рынки недвижимости и заемных средств. Финансовые институты, такие как банки, страховые компании, фонды и инвестиционные компании, играют на этом рынке важную роль. Рынок капиталов координирует действия владельцев сбережений, которые предоставляют свои средства для реализации, с действиями инвесторов, занятых поисками средств для финансирования различных видов деятельности. Частные инвесторы должны тщательно оценивать проекты и искать среди них наиболее прибыльные. Таким образом, прибыльные вложения увеличивают не только богатство инвестора, но и богатство нации в целом.

Контраргумент. Современный рынок капитала глобализован. В то же время он спекулятивен по сути. Стало быть, под флагом

эффективного перемещения капитала (в расчете на удачную спекуляцию) может быть нанесен удар экономике целых государств. И население, и правительства этих государств окажутся без вины виноватыми и понесут немалый ущерб во имя обогащения международных финансовых спекулянтов.

Пятая черта предпринимательства – **финансовая стабильность**. Инфляция искажает ценовые сигналы и подрывает рыночную экономику.

Аргумент. Ценность денег, так же как и других товаров, определяется спросом и предложением. При постоянном или медленном устойчивом росте предложения денег их покупательная способность будет относительно стабильной. И напротив, если предложение денег растет быстро и непредсказуемо относительно предложения товаров и услуг, цены повышаются и покупательная способность денег падает.

Инфляция разрушает экономику страны. Она делает планирование и реализацию инвестиционных проектов чрезвычайно рискованным делом. Неожиданные изменения в уровне инфляции могут быстро превратить обещающий высокую отдачу проект в трагедию для инвесторов. В условиях неопределенности, сопровождающей высокие темпы инфляции, предприниматель попросту отказывается от инвестирования капитала, равно как и от других сделок, предусматривающих принятие на себя долгосрочных обязательств.

Контраргумент. При небольшой инфляции для сохранения капитал выгоднее вкладывать, и инвестиции становятся привлекательной формой управления избыточными средствами. Происходит естественное стимулирование инвестиций.

Шестая черта предпринимательства – **низкие налоги**. Чем больше средств остается в распоряжении людей, тем больше они производят.

Аргумент. Высокие налоговые ставки, забирая у людей значительную часть их дохода, лишают их тем самым стимула к работе и производительному использованию ресурсов. Возникает тенденция уменьшения продукта и снижения роста национального дохода по четырем причинам:

1. Высокие налоговые ставки отбивают желание работать с полной отдачей и снижают производительность труда.

2. Они сокращают как масштабы, так и эффективность капиталовложений, отпугивают иностранных инвесторов, а внутренних заставляют искать инвестиционные проекты за границей, где налоги ниже. Растет доля предприятий, которые укрывают доходы от налогообложения.

3. Выигрывая в результате уклонения от налогов, инвесторы зачастую извлекают выгоды из проектов, которые в действительности лишь уменьшают богатство. Капитал растрачивается зря, и ресурсы отвлекаются от тех сфер, где их можно было бы использовать с бóльшим эффектом.

4. Высокие налоговые ставки стимулируют приобретение не тех товаров, которые реально необходимы, а тех, покупка которых позволяет сократить налогооблагаемую сумму. Когда подобные траты сокращают сумму налогов, люди будут делать их даже тогда, когда оценивают их ценность очень низко. Потери и неэффективность – побочные эффекты такой системы налогообложения.

Контраргумент. В современном государстве высокие налоги способствуют решению социальных проблем, в случае обострения которых предпринимательство может понести несоизмеримо большие потери. Так что лучше платить, чем увеличивать силу политических рисков.

ВЛАСТЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

2.1. Задачи экономического регулирования

Сложное общество требует сложного управления. Тенденции развития современного общества ведут к повышению роли государственных органов и местного самоуправления в организации жизни социума. Этот рост вызван прежде всего расширением и усложнением общественных процессов, требующих властного регулирования и вмешательства, а также ростом потребности граждан в таких благах, как образование, здравоохранение, чистая окружающая среда и т. д. Этот процесс сопровождается децентрализацией и стремлением вывести властное управление из тех сфер, где оно считается избыточным или может быть заменено частными компаниями.

Эффективность экономического развития обеспечивается различными регуляторами предпринимательства, которые отражены в табл. 2.

Можно выделить пять основных задач властного регулирования, необходимого в современном обществе и задевающего интересы предпринимательства:

- 1) обеспечение действия законов рынка;
- 2) формирование и поддержание внерыночной инфраструктуры;
- 3) поддержка перспективных или государственно значимых отраслей, а также родственных и поддерживающих отраслей;
- 4) перспективное управление рынком труда;
- 5) региональное экономическое выравнивание.

Рассмотрим эти задачи подробнее.

Задача 1. *Обеспечение действия законов рынка*

Сам по себе рынок не в состоянии поддерживать конкуренцию. Поддержание и стимулирование конкуренции в экономической сфере – функция государства. Борясь с монополиями, отстаивая

Регуляторы предпринимательства

Типы регуляторов	Политико-экономическое назначение регуляторов	Формы реализации регуляторов
Регуляторы свободного предпринимательства	Свободное ценообразование, свободное производство, действие закона спроса и предложения	Предпринимательство, свободное от неэффективных ограничений; антимонопольное регулирование
Нормативно-ориентирующие регуляторы	Экономические стимуляторы, рычаги поддержки предпринимательства, макроэкономические инструменты	Налоговые льготы, государственные закупки, дотации производителям, специальные экономические зоны, валютная политика
Законодательный (нормативный) регулятор	Разграничение теневого и нормального предпринимательства, защита, налоги, таможня	Уголовное законодательство, гражданское законодательство, налоговое законодательство, нормативы местного самоуправления, таможенные пошлины

конкуренцию, власть находится и в рамках рыночной модели, и вне нее, гарантируя стабильность рыночной системы в целом. Поддержка стабильности играет не меньшую роль, чем защита конкуренции.

От продуманной, активной роли соответствующих государственных институтов зависит многое: от социального климата в стране до устойчивости финансовой системы в условиях глобализации экономик и бурной экспансии новых средств информации и коммуникации. Поэтому государству принадлежит важнейшая роль в сохранении самой рыночной системы путем выражения общих, или общественных, интересов.

Ни один частный предприниматель, каких бы гигантских размеров ни достигло его дело, по самой природе своей деятельности не может проигнорировать свои собственные интересы и взвалить на себя интересы всего общества.

В научном плане вопрос о том, должна ли власть вмешиваться в ту или иную рыночную ситуацию, решается посредством сопоставления всех издержек и выгод от такого вмешательства. Однако точно измерить и сопоставить эти издержки и выгоды в реальности невозможно. Особенно тогда, когда выгоды получают одни, а издержки несут другие. Поэтому часто власть отработывает механизмы вмешательства путем проб и ошибок, в том числе путем корректировки законов и других актов.

Отсутствие конкурентной среды делает неэффективным использование рыночных механизмов в регулировании деятельности монополий, особенно естественных. Поэтому государственное регулирование является здесь неизбежной формой координации. Фактически оно строится на тех же принципах, что и регулирование в плановой экономике: органы управления (общенациональные, региональные или местные) определяют уровень цен и тарифов, а также основные параметры, характеризующие объем и ассортимент предлагаемых товаров и услуг.

Конкурентно захватить рынок и стать на нем монополистом сложно, но удержать захваченный рынок в своих руках еще сложнее. Поэтому издавна монополисты научились возводить барьеры, мешающие проникновению на монополизированные ими рынки новых конкурентов. Именно эти барьеры и блокируют действие механизмов свободного рынка, и государственное вмешательство здесь необходимо.

Типы барьеров, или факторов, порождающих монополизацию рынков, приведены в табл. 3. Каждый из этих факторов имеет свое значение и требует отдельного рассмотрения. Далее приводятся примеры использования факторов монополизации рынков.

П р и м е р ы

1. Исключительное право торговли предоставлялось в свое время Британской Ост-Индийской и Русско-Американской торговым компаниям. Конкурентного рынка нет при производстве оружейного урана и плутония: государство наделяет своих поставщиков исключительными правами в обмен на строгие встречные обязательства, исключающие отношения свободного рынка. В ряде стран

Факторы, порождающие монополизацию рынков

№ п/п	Фактор	Тип фактора
1	Исключительное право	Властный
2	Патенты и авторские права	Юридический
3	Лицензионное право	—”—
4	Эффект масштаба	Экономический
5	Собственность на все предложения производственного ресурса	—”—
6	Уникальное ноу-хау	—”—
7	Инфраструктурный	—”—
8	Сговор поставщиков	—”—
9	Уникальное сырье	Естественный
10	Уникальность места	—”—

только государственные монополии могут продавать табак. В некоторых странах право на импорт конкретных товаров предоставлено правительством одной-единственной компании. У нас, если в каком-то месте (при всех официальных разрешениях) не удастся установить игровой автомат, значит, исключительное право на игровые автоматы принадлежит местным законам теневой экономики.

2. Патенты на изобретения и научно-технические разработки, а также авторские права обеспечивают создателям новых продуктов или произведений науки, искусства, литературы и т. д. исключительные права на продажу, использование, предоставление лицензии на использование их изобретений и творений. Патенты могут выдаваться на производственные технологии. Но патенты и авторские права обеспечивают монопольные позиции лишь на ограниченное количество лет. После окончания срока действия патен-

та барьер для входа в отрасль исчезает. Идея патентов и авторских прав стимулирует фирмы и отдельные личности к изобретению новых продуктов, так как автору заранее гарантируются эксклюзивные права на реализацию продукта.

3. Государство осуществляет лицензирование определенных видов деятельности, и без получения государственной лицензии этими видами деятельности заниматься просто нельзя. Так, в Норвегии единственным продавцом алкогольной продукции является компания «Vinmonopolet AS», контролируемая Министерством социальной защиты населения. В России лицензируется, например, деятельность банков, радиостанций и телекомпаний, нотариусов, аудиторов, охота на определенные породы ценных животных (в частности, пушных), изготовление спиртных напитков или торговля ими и т. д. Итогом лицензирования является ограничение доступа конкурентов в определенные сферы деятельности и, следовательно, создание предпосылок для появления монополистов.

Конечно, лицензирование создано не ради монополий – оно решает совершенно иные задачи. Например, предотвращает фальсификацию алкогольных напитков нелегализованными и потому бесконтрольными фирмами, продукцией которых люди могут отравиться. Тем не менее побочными последствиями лицензирования являются предпосылки усиления монополизации.

Государственные лицензии иногда сопровождаются строгими правилами, которые четко регламентируют, что может гарантировать лицензия и что – не может. Так, например, если однотипным ресторанам предоставляется государственная лицензия с исключительными правами, в лицензии часто оговаривается, на сколько ресторану разрешается повышать цены. В некоторых случаях государство просто устанавливает чрезвычайно высокую плату за лицензию, фактически вынуждая покупателя лицензии устанавливать цены с очень высокой надбавкой.

4. Использование эффекта масштаба, то есть изменения средних издержек в зависимости от объема производства за долгосрочный период. Факторы положительного эффекта масштаба означают такие преимущества крупного производства, которые способствуют снижению средних издержек.

5. Монополия может поддерживаться в результате владения всеми источниками конкретного ресурса, необходимого для производства. Например, Единая торговая компания, созданная в 2003 году, монополизировала сбыт каустической соды и хлора в России. Хлор нужен на каждой водопроводной станции, а каустическая сода используется в бесчисленном количестве производств, начиная со стиральных порошков. Группа предпринимателей, создавших Единую торговую компанию, которая сама ничего не производила, договорилась со всеми заводами – производителями каустической соды, что те не будут поставлять свою продукцию никому, кроме ЕТК, а потом в два раза подняла цены. По этому поводу ФАС добилась возбуждения уголовного дела по статье 178 УК РФ «Монополистические действия и ограничение конкуренции» (впервые с момента введения этой статьи) и владельцы компании ЕТК вынуждены были в 2005 году ее продать.

6. Уникальные способности и умения также могут создать монополию. Так, певцы, художники, спортсмены обладают монополией на использование своих услуг. Или фирма, располагающая технологическим секретом (ноу-хау), который другие фирмы не могут воспроизвести, обладает монополией на создаваемый ею продукт. Хотя, как правило, такая монополия не является абсолютной, ведь могут существовать близкие заменители данного продукта.

Например, фирма «Херох» в течение многих лет контролировала процесс изготовления копий, называемый ксерографией, обладая более совершенными знаниями в области технологий, в ряде случаев защищенными патентами. А фирма «Де Бирс консолидейтид майнс» осуществляла полный контроль почти всей мировой добычи и поставок необработанных алмазов. Но в этом случае монополия была удобна всем добытчикам алмазов, так как «Де Бирс» монопольно обеспечивала высокий уровень цен на бриллианты во всем мире независимо от уровня добычи алмазов.

7. Инфраструктурные объекты очень дорогостоящи. Технически почти невозможно (вернее, крайне нерационально) создание в городе двух сетей канализации, подвода газа или электроэнергии в квартиры. Не всегда рациональной оказывается попытка проло-

жить в одном и том же городе кабели двух конкурирующих телефонных фирм, тем более, что им все равно пришлось бы постоянно обращаться к услугам друг друга, когда клиент одной сети звонил бы клиенту другой.

8. Сговор поставщиков – это тайная монополия. В наши времена подобный договор никто не оформляет. Российский суд в силу этого пока еще не научился разбираться с подобными нарушениями анти-монопольного законодательства, хотя в России таких сговоров масса. Достаточно проанализировать динамику цен на сталь, бензин или хлеб.

9. Монополистом может стать фирма, геологи которой обнаружили месторождение уникальных полезных ископаемых и которая купила права на земельный участок, где располагается это месторождение. Теперь никто другой это месторождение использовать не сможет: закон защищает права собственника, даже если он оказался в итоге монополистом (но здесь не исключено регулирующее вмешательство государства).

10. Уникальность места базируется на самых разных основаниях. Посетить Сикстинскую капеллу можно только в Ватикане, «Боржом» добывать – только в Боржоми, производить напитки с названиями «шампанское» и «коньяк» можно лишь в одноименных провинциях Франции. Эверест на свете только один – абсолютная непоколебимая монополия. Именно за счет такого монополизма процветают различные виды туристической индустрии.

Задача 2. Формирование и поддержание внерыночной инфраструктуры

Нередко предпринимательским субъектам очень трудно объединить усилия для перспективного системного проекта в силу разной степени риска и выгоды для его участников. В этом случае роль заказчика и финансиста проекта берет на себя государство, особенно если проект имеет геостратегическое или военное значение. К таким проектам относятся Транссибирская магистраль для России в XIX веке, Панамский канал для США в начале XX века, система автобанов для Германии в 30-х годах XX века или совсем недавно объединение производителей авиатехники стран ЕС для проектирования и производства суперавиалайнеров «AIRBASE».

В современном государстве существуют также сильно влияющие на предпринимательство, но далеко выходящие за его рамки области жизни, такие как учебные заведения, силы внешней безопасности, поддержание общественного порядка, правовое обеспечение, здравоохранение и защита окружающей среды. В этих случаях всегда возникает проблема оплаты предоставляемых услуг (в зависимости от их качества) – либо со стороны государства, то есть за счет налогоплательщиков, либо со стороны потребителей. Государственные ведомства и принадлежащие государству предприятия часто оказываются здесь неэффективными, так как могут принимать решения на основе политических, а не экономических факторов. Поэтому государству приходится регулярно корректировать формы и степень своего участия в названных областях жизни общества, разделяя вклад в экономическую эффективность и социальную ответственность с частным предпринимательством.

Задача 3. *Поддержка перспективных или общественно значимых отраслей, а также родственных и поддерживающих отраслей*

Существует ряд вполне рыночных в целом направлений и проектов, реализация которых без участия власти (государства или местного самоуправления) невозможна в конкретных сложившихся обстоятельствах и временных рамках.

Государство проигрывает проекты, если ориентируется на не свойственные ему функции (максимизация прибыли, увеличение размеров собственности и т. д.). Не следует ожидать от правительства или местной администрации инициирования инноваций, ведь эффект будет зависеть не от властей, а от предпринимательства. Вклад власти – организация интересов, предотвращение конфликтов предпринимательства и социально значимых групп, предоставление «площадок для игры», установление ограниченных местом, временем и отраслевой направленностью экономических льгот и другие мягкие меры.

Влияние глобализации на изменение прежних форм и методов государственного вмешательства в экономику проявляется под воздействием двух основных факторов. Первый фактор – чрезвычай-

но возросшие требования к конкурентоспособности экономики. Следовательно, приоритетом экономической политики правительств становится создание условий для роста конкурентоспособности экономики их стран. Второй важнейший фактор нынешнего дня – резкое усиление взаимозависимости стран.

Так что действия правительства того или иного государства сегодня связаны не только с ситуацией внутри страны, но и с конкретными шагами властей стран партнеров и конкурентов, а также с поведением международных организаций. При этом государство в состоянии серьезно помочь предпринимательству, просто обеспечивая доступ на «площадки для игр», где потенциальные международные партнеры могут договориться о взаимодействии при положительном влиянии даже неформализованных квазигарантий со стороны государственных органов или органов местного самоуправления (в зависимости от необходимых полномочий).

В этих условиях роль государства для предпринимательства исключительно значима. Важнейшим инструментом воздействия налоговой системы на экономику выступают налоговые льготы. Они носят обычно региональный характер (если предприятие функционирует в отсталом районе) или селективный (если льготы касаются приоритетных наукоемких или экспортных производств).

Налоговые льготы выражаются прежде всего в пониженных ставках налогообложения для некоторых предприятий, в основном связанных с научно-техническим прогрессом. Кроме того, они могут быть в виде налоговых кредитов – вычетов из величины начальных налогов, когда от налогообложения освобождается определенная доля прироста затрат на развитие той или иной сферы научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Формами налоговых льгот являются отсрочка уплаты налога и полное освобождение от налогов. Такими льготами пользуются в основном малые вновь образованные предприятия. Например, во Франции акционерные компании полностью освобождаются от налогов на прибыль в течение первых двух лет существования, на третий год налогом облагается 25 % прибыли, а вся прибыль облагается налогом лишь с шестого года деятельности компании.

Разновидностью налоговых льгот можно считать политику ускоренной амортизации. Система ускоренной амортизации дает возможность предприятиям вернуть себе стоимость основного капитала до его морального износа, а амортизационные средства использовать для накопления капитала и модернизации оборудования. Так как при ускоренной амортизации в амортизационный фонд попадает не только сумма возмещения изношенного основного капитала, но и значительная часть прибыли, то в практике развитых стран эта мера используется селективно: в тот период и в тех отраслях, когда и где необходимо создать благоприятные условия для предпринимательской деятельности.

Задача 4. Перспективное управление рынком труда

Эффективная экономика не может функционировать, если предприятия не будут иметь возможности увольнять рабочую силу, ведь в условиях конкуренции предприятие должно стремиться к снижению стоимости продукции. Поскольку во многих отраслях уровень заработной платы составляет значительную часть стоимости продукции, постольку предприятия стремятся сэкономить на заработной плате. Это происходит за счет механизации и компьютеризации живого труда. В итоге выигрывают все, так как без процесса рационализации и обусловленной ею непрерывной перестройки структуры экономики был бы невозможен рост производительности труда и жизненного уровня.

Для людей, которые теряют свою работу в результате рационализации, увольнение – жестокий удар. Но неизбежный. Многие специальности со временем становятся относительно дорогостоящими и стоят предпринимательству больше, чем приносят. Это ведет к освобождению от таких специальностей и препятствует организации новых рабочих мест.

Во имя достижения социального спокойствия государство нарушает «чистые» законы рынка, для чего:

- во-первых, вмешивается в свободное ценообразование на рынке труда, устанавливая минимум заработной платы;
- во-вторых, законодательно перекладывает риски, связанные с занятостью, с наемных работников на предприятия;

– в-третьих, непосредственно участвует в регулировании трудовых отношений.

Данные меры затрудняют эффективную рыночную политику предприятий и усиливают осторожность предпринимателя при официальном, то есть полностью соответствующем законодательству, наборе работников. Это повышает уровень защиты наемных работников, но порождает черный рынок труда.

Рыночная экономика для эффективного функционирования нуждается в мобильной и гибкой рабочей силе. Ей необходим рынок рабочей силы, который направляет ее в те области, где она может быть использована наилучшим образом. Поэтому переход с одного места работы на другое облегчается государственным социальным планированием и системой переобучения, причем высвободившаяся рабочая сила на время безработицы обеспечивается государственной социальной защитой. Прежде всего это пособия по безработице и возможности профессиональной переподготовки. Вмешиваясь в деятельность предпринимательства на рынке труда, государство частично компенсирует экономические потери общества, решая при этом более широкий круг проблем социального регулирования.

Задача 5. *Региональное экономическое выравнивание*

Для улучшения экономического состояния региональные и муниципальные органы власти стремятся к развитию предпринимательства на своих территориях. Они действуют по следующим направлениям:

1) обеспечение экономической, правовой и организационной поддержки предприятиям, уже размещенным на территории региона или муниципального образования;

2) содействие организации предприятий малого и среднего бизнеса;

3) управление земельными участками с точки зрения размещения новых предприятий и расширения уже действующих;

4) содействие осуществлению предпринимательством структурных преобразований, нацеленных на развитие инновационных секторов роста;

5) создание благоприятного инвестиционного климата на территории региона или муниципального образования;

6) привлечение инвесторов, сопровождение инвестиционных проектов; развитие международного экономического сотрудничества;

7) содействие федеральной политике обеспечения занятости;

8) осуществление внутренних и внешних мероприятий по повышению привлекательности региона или муниципального образования.

Примером подобного экономического выравнивания может служить осуществляемая Правительством РФ комплексная программа развития Дальнего Востока.

2.2. Проблемы властного регулирования

Вмешательство власти в рыночный механизм неизбежно, но может создавать проблемы. Накоплен большой опыт, который показывает, что проблемы, которые возникают из-за действий власти, нередко значительно серьезнее тех, которые она призвана решать.

К проблемам, создаваемым властью, относятся:

1. *Отсутствие рыночных стимулов.* Властное вмешательство устраняет рыночные силы или снижает их эффект (например, путем использования субсидий, пособий, гарантирования цен и зарплат и т. п.). Тем самым оно может подрывать рыночные стимулы. Субсидии позволят жить неэффективным предприятиям, а пособия могут ослаблять стремление производителей прикладывать собственные усилия. Цель предпринимательства – зарабатывать деньги. Миссия власти – служить обществу. В рыночной экономике компании вынуждены бороться за привлечение клиентов, в том числе повышая качество своих услуг. Власть имеет стабильную клиентуру и фиксированные источники доходов. У нее фактически отсутствуют стимулы к самосовершенствованию.

Служение «общему интересу» выливается также и в то, что органы власти становятся равноудаленными от всех своих клиентов. Стараясь применить унифицированные правила для всех, власть

тем самым снижает стандарты качества для отдельных пользователей. Более того, сложная структура, наличие жесткой иерархии, строгих формальных рамок деятельности делают ее крайне негибкой при работе с клиентами и ведут к тому, что органы власти начинают работать на удовлетворение собственных потребностей.

2. *Бюрократия и неэффективность.* Властное вмешательство влечет за собой административные издержки. Чем более обширно и детально это вмешательство, тем большее число материальных ресурсов и людей вовлекается в эту деятельность. Государственные и муниципальные служащие в меньшей степени подотчетны обществу, чем наемные работники частному нанимателю. Они часто преследуют свои собственные цели, не совпадающие с теми, ради которых им выделяются общественные ресурсы.

3. *Недостаток информации.* Власть не может знать обо всех выгодах и издержках своей политики. Даже когда государственные и муниципальные чиновники искренне стремятся к некоему «общему благу» населения, они тем не менее могут не сознавать реальные желания людей или неверно интерпретировать их поведение. Там, где предпринимательство быстро получает реакцию на свои ошибки и исправляет их под угрозой разорения, административные органы могут реагировать очень неспешно.

4. *Порождение дефицитов и избытков.* Вмешательство с целью предотвращения роста цен может привести к появлению дефицита, когда реальная стоимость продукции и услуг окажется значительно выше административно назначаемой цены. Если государство в целях поддержки производителей назначает цену выше равновесной, то возникает избыток продукции. Завышенные цены могут также защищать неэффективных производителей.

5. *Отсутствие предпринимательской свободы.* Государственное и местное вмешательство может повлечь за собой ограничение свободы предпринимателя принимать решения в отношении своей деятельности, а значит, делать общественно полезный рациональный выбор. Административные ограничения не только мешают определенным действиям, но и препятствуют поиску новых эффективных экономически обоснованных решений.

6. *Изменения в государственной или местной политике.* Экономическая эффективность может серьезно пострадать от частой смены политики правительства или местной администрации. Это затрудняет планирование деятельности на будущее. Политика может меняться даже чаще, чем меняются сами правительства или главы администраций. Происходит это в связи с давлением интересов определенных групп или приближающихся выборов.

7. *Невежество избирателя.* Экономические вопросы часто слишком сложны для избирателей. Средний избиратель не в состоянии сравнивать затраты и выгоды реализации программ различных политических партий и общественных деятелей, особенно в долговременной перспективе. Поэтому избиратели могут быть весьма уязвимы для политической пропаганды и обмана. Таким образом, программы властных структур далеко не всегда представляют так называемую «волю народа».

8. *Непредставительное правление.* Будучи однажды избранными, люди в любой ветви власти могут преследовать свои собственные интересы, отличные от интересов тех, кто их избрал. Они могут не выполнять свои предвыборные программы. Партии могут занимать большинство мест в законодательных органах несмотря на поддержку их меньшим числом избирателей. Таким образом, действия власти могут не отражать интересы большинства граждан.

В России на протяжении многих поколений роль государства была доминирующей. Люди склонны считать, что «правильное» государственное вмешательство в состоянии решить любые общественные проблемы: помочь бедным, повысить качество медицинского обслуживания, поднять уровень образования, снизить стоимость жилья и т. д. Эта точка зрения неверна по трем причинам.

Во-первых, правительство отнюдь не всегда принимает решения «в интересах общества», что бы ни скрывалось за этим туманным понятием.

Во-вторых, оно отнюдь не всегда в состоянии улучшить дело там, где рыночная экономика не дает желаемого результата.

В-третьих, при плохом исполнении даже хороших решений властный аппарат легко защищается от претензий общества, так

как прямого воздействия на исполнительную власть общество не имеет.

Поскольку средства массовой информации оказывают огромное воздействие, политики с особым рвением поддерживают отдельные предпринимательские группы, чтобы получить от них средства для избирательной кампании, «раскрутить» свой позитивный имидж. Политические деятели, не желающие обменивать государственную казну на поддержку заинтересованных групп, оказываются в весьма уязвимом положении. Таким образом, при существующих правилах действиями политиков управляет невидимая рука отдельных предпринимательских групп, хотя это и оборачивается потерями для общества. Склонность политиков действовать на пользу предпринимательских групп объясняет многочисленные факты совершенно неэффективного государственного вмешательства в российскую экономику.

Когда государство выступает не как выразитель интересов общества, а как своеобразная часть предпринимательства, то создается тупиковая ситуация, ибо не формируются демократические основы жизни и само общество теряет перспективу. Без контроля со стороны демократических институтов рыночная мотивация из метода повышения благосостояния всего общества превращается в самоцель, выгодную лишь избранной случайной части общества. Только контроль общества вынуждает и предпринимательство, и чиновничество государственных учреждений считаться с общественными интересами, гармонизировать частные интересы и интересы страны.

Формирование российской рыночной модели на современном этапе сильно зависит от *неэкономических факторов*. Необходим учет региональных и общероссийских, отраслевых и общеэкономических, социальных и геополитических аспектов – достаточно противоречивых и находящихся под сильным воздействием внешних причин.

Неразвитость законодательства и системы его исполнения проявляется в плохом качестве законов, в несовершенстве всей правовой системы, в нечеткости законотворческих процедур. Это создает условия для развития *коррупции*.

Коррупцию облегчает, в частности, следующее:

- противоречивость законодательства и даже отдельных законов, что создает условия для вымогательства и шантажа граждан (клиентов);

- несовершенство законов, изобилующих двусмысленностями, пробелами, многочисленными отсылочными нормами. В результате завершение законодательного регулирования перекладывается на подзаконные акты органов исполнительной власти. Тем самым создаются условия для появления нечетких, «закрытых», плохо доступных инструкций, создающих дополнительные условия для коррупции;

- отсутствие законодательного регулирования, процедур подготовки нормативных и иных регулирующих и распорядительных актов (законов, президентских указов, постановлений правительства и т. п.), что усугубляется общим российским пренебрежением к процедурной строгости.

2.3. Отношения предпринимательства с государственными и местными органами управления

Предпринимательство является приводной силой общества, поскольку может решать три важнейшие задачи:

- порождать экономический прогресс;
- обеспечивать политическую стабильность;
- формировать и воспроизводить новую социально ответственную элиту.

Предприниматель – продукт рынка, собственности и ответственности. Он строит и совершенствуют свою деятельность на принципах рациональной эффективности. Предприниматель – конструктивный социальный инженер, поскольку нацеленность на эффективность и прагматизм есть главная черта его деятельности.

Предпринимателю приходится заниматься практической организацией мини-социумов в своих компаниях. Поэтому предпринимательство – эффективный двигатель социального устройства и по-

ставщик кадров для формирования новых элит общества. В силу возникающих проблем и по своей социальной роли он должен оказывать влияние на различные властные структуры, см. табл. 4.

Т а б л и ц а 4

**Цели инициативного воздействия предпринимательства
на власть**

№ п/п	Суть проблемы	Цели предпринимательства	Примечания
1	Размещение конкретным предпринимателем крупных инновационных проектов	Увеличение налоговых поступлений; улучшение ситуации на рынке труда	Применяется крупным бизнесом в расчете на местную инфраструктурную поддержку
2	Размещение конкретным предпринимателем крупных инфраструктурных проектов	Улучшение местной инфраструктуры; увеличение налоговых поступлений; улучшение ситуации на рынке труда	Применяется крупным бизнесом в расчете на местную бюджетную поддержку
3	Доступ конкретного предпринимателя к государственным или муниципальным заказам	Лучшие условия сделки для власти по сводным экономическим или социальным причинам	Власть контролирует бюджетные расходы, как правило, менее дотошно, чем предприниматель свои затраты
4	Кредиты или прямые инвестиции из финансовых властных источников в конкретный бизнес	Спасение или развитие предпринимательства в силу его социальной или перспективной налоговой значимости	—

№ п/п	Суть проблемы	Цели предпринимательства	Примечания
5	Создание для конкретного предпринимателя льготных условий функционирования	Стратегическое экономическое и социальное прогнозирование	–
6	Продвижение местных товаров, услуг и проектов	Увеличение налоговых поступлений и рост занятости	Прямая задача как государственной, так и местной власти
7	Использование властных структур для привлечения инвестиций	Срочное экономическое и социальное прогнозирование	Одна из задач как государственной, так и местной власти

Воздействие на власть может вестись в открытой и скрытой формах. Поскольку контакты с властью носят конкретный целевой характер, то в условиях конкурентной борьбы открытость таких контактов не только не нужна предпринимательству, но и неудобна. В то же время скрытость контактов – прямой путь к коррупции.

К скрытым формам воздействия на власть относятся:

– финансовая, товарная или услуговая помощь отдельным депутатам и партиям в качестве оплаты усилий по воздействию на представительные и законодательные ветви власти;

– финансовая, товарная или услуговая помощь чиновникам или административным органам в качестве оплаты усилий по воздействию на исполнительные органы власти.

К этим же формам относится воздействие на средства массовой информации с целью рекламы предпринимательства или, наоборот, сокрытия от общественности негативной информации о нем.

Задачей демократической власти является максимизация открытости взаимодействия власти и предпринимательства. Открытой

формой такого взаимодействия является лоббирование интересов предпринимательства.

У лоббирования есть три аспекта:

- частные интересы в конкретном государственном органе;
- интересы конкретной компании в массовом восприятии общества;
- интересы делового сообщества в целом – продвижение значимости предпринимательства для общества.

При частных интересах каждый конкретный предприниматель решает эту задачу сам, формируя необходимую инфраструктуру для эффективного лоббирования.

Лоббирование интересов делового сообщества в целом, то есть продвижение передовой роли предпринимательства в общественном устройстве, имеет спрос со стороны широких профессиональных объединений, способных выступать в роли коллективного пропагандиста.

Лоббирование, или, как часто его называют, GR-менеджмент, ставит своей задачей управление взаимодействием компании с органами власти. Конечной целью GR-менеджмента выступает повышение конкурентности и интегральной прибыльности компании в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Это достигается путем:

- мониторинга деятельности органов власти;
- анализа последствий властных действий (бездействия) для компании;
- влияния на деятельность органов государственной и местной власти.

Учитывая закрытые и непрозрачные методы работы власти, сложность доступа к чиновникам, принимающим ответственные решения, важным требованием к GR-менеджерам является наличие прочных контактов во властной среде. В соответствии с направлением работы приоритет отдается федеральному, региональному или местному уровню власти.

Ассоциацией менеджеров было проведено исследование на тему «Развитие цивилизованного лоббирования в России», которое показало следующее. Для 70 % респондентов лоббирование в современной России означает прежде всего диалог предпринимательства

с властью в целях отстаивания своих интересов, и только 10 % представителей делового сообщества считают лоббирование источником коррупции. Однако лишь 15 % опрошенных руководителей предприятий понимают под лоббированием систему специализированных организаций, оказывающих информационное и общественное влияние на государственную власть в интересах предпринимательства. Столь низкая оценка институциональной составляющей лоббирования демонстрирует неразвитость механизмов цивилизованного лоббирования в России.

Глава 3

ИНФРАСТРУКТУРА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

3.1. Общая характеристика

Под инфраструктурой предпринимательства следует понимать совокупность предприятий, организаций и учреждений, которые, функционируя совместно, обслуживают предпринимательство, оказывая ему те или иные платные услуги, обеспечивают его необходимыми средствами производства, транспортом, связью, информацией, кредитными ресурсами, рабочей силой, рекламой, консультациями и т. п. Именно благодаря наличию необходимой инфраструктуры современное предпринимательство приобрело наиболее эффективные формы, в которых каждый его элемент специализируется на выполнении определенных функций, чем обеспечивается высокая производительность труда как в сфере самого предпринимательства, так и в сфере предприятий инфраструктуры.

В Федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ следующим образом описана инфраструктура предпринимательской деятельности:

«Статья 15. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

1. Инфраструктурой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства является система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) для осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд при реализации государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпро-

грамм), обеспечивающих условия для создания субъектов малого и среднего предпринимательства и для оказания им поддержки.

2. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя также центры и агентства по развитию предпринимательства, государственные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства, региональные гарантийные организации, акционерные инвестиционные фонды и закрытые паевые инвестиционные фонды, привлекающие инвестиции для субъектов малого и среднего предпринимательства, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, палаты и центры ремесел, центры поддержки субподряда, маркетинговые и учебно-деловые центры, центры поддержки экспорта, лизинговые компании, консультационные центры, промышленные парки, индустриальные парки, агропромышленные парки, центры коммерциализации технологий, центры коллективного доступа к высокотехнологичному оборудованию, инжиниринговые центры, центры прототипирования и промышленного дизайна, центры трансфера технологий, центры кластерного развития, государственные фонды поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности, осуществляющие деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации, микрофинансовые организации, предоставляющие микрозаймы субъектам малого и среднего предпринимательства и (или) организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, и соответствующие критериям, установленным нормативным актом Центрального банка Российской Федерации по согласованию с федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса (далее – микрофинансовые организации предпринимательского финансирования), организации, осуществляющие управление технопарками (технологическими парками), технополисами, научными парками, промышленными парками, индустриальными парками, агропромышленными парками, центры инно-

ваний социальной сферы, центры сертификации, стандартизации и испытаний, центры поддержки народных художественных промыслов, центры развития сельского и экологического туризма, многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг, предоставляющие услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, и иные организации.

3. Требования к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, устанавливаются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления при реализации соответственно государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм), если иное не установлено настоящим Федеральным законом.

4. Поддержкой организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, является деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, осуществляемая при реализации государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм) и направленная на создание и обеспечение деятельности организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и соответствующих требованиям, установленным в порядке, предусмотренном частью 3 настоящей статьи, и включенных в соответствии со статьей 15.1 настоящего Федерального закона в единый реестр организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – единый реестр организаций инфраструктуры поддержки)».

Налоговая инспекция, торговая инспекция, отдел регистрации мэрии также являются частью инфраструктуры, но не поддержки, а регулирования предпринимательства.

На федеральном уровне существует не менее десятка министерств и ведомств, которые в той или иной степени занимаются вопросами развития предпринимательской деятельности. Основные из них – Государственный комитет РФ по поддержке и развитию малого предпринимательства, Государственный антимонопольный комитет РФ, Министерство финансов РФ, Министерство экономики РФ, Министерство труда и социального развития РФ, Министерство науки и технологий РФ, Государственный комитет по делам молодежи РФ, Министерство общего и профессионального образования РФ и др.

Аналогичные структуры действуют и на региональном уровне. К объектам инфраструктуры в широком смысле можно отнести и различные общественные предпринимательские организации, которые прямо или косвенно представляют и лоббируют интересы предпринимателей либо содействуют объединению усилий для решения собственных проблем. Ассоциации, союзы, объединения, лиги и прочие образования зарегистрированы и действуют практически в каждом регионе РФ. Только на федеральном уровне в Торгово-промышленной палате РФ зарегистрировано более 50 таких объединений, призванных играть очень важную роль в защите интересов малых предприятий. На сегодня Торгово-промышленная палата Российской Федерации также является крупнейшей и наиболее авторитетной структурой, в состав которой входят более 110 региональных и городских торгово-промышленных палат.

Типы инфраструктуры часто имеют различные названия: бизнес-центр, школа предпринимателей, технопарк, бизнес-инкубатор, агентство, учебно-деловой центр, фонд поддержки и др. На практике бизнес-инкубатор может ничем не отличаться от технопарка, а бизнес-центр – от школы менеджеров. Тем не менее авторы пособия считают нужным представить свою классификацию и определение различных типов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.

Бизнес-школы. Это структуры, осуществляющие подготовку, переподготовку и повышение квалификации предпринимателей, руководителей и персонала малых предприятий (бухгалтеров, финансовых директоров, маркетологов и др.), государственных и муниципальных служащих, работающих в департаментах, отвечающих за развитие малого предпринимательства в городе, области, регионе и т. д., а также учащихся старших классов, граждан, желающих создать собственное дело, и безработных. Бизнес-школы осуществляют обучение путем организации и проведения краткосрочных семинаров. По окончании не всегда выдаются документы государственного образца. Как правило, бизнес-школы – негосударственные образовательные учреждения, зачастую создаваемые на базе вузов, техникумов, различных структур поддержки малого предпринимательства. Эти структуры могут называться иначе: школы управления, образовательные центры, школы предпринимателей и т. п., однако суть от этого не меняется.

Агентства поддержки малого предпринимательства. Представляют собой консалтинговые фирмы, оказывающие широкий спектр услуг малым предприятиям в регистрации, обучении персонала, получении инвестиций и др. Являются негосударственными структурами, но функционируют при поддержке государства и местных администраций.

Региональные фонды и центры поддержки малого предпринимательства. Эти структуры проводят отбор, экспертизу предпринимательских проектов и их финансирование, контролируют использование финансовых ресурсов, формируют региональную информационную базу предпринимательских проектов. Многие региональные фонды и центры поддержки малого предпринимательства тесно сотрудничают с Федеральным фондом поддержки малого предпринимательства, некоторые из них являются агентами Федерального фонда. Через региональные фонды-агенты проходит финансирование региональных программ, мероприятий федеральных программ государственной поддержки малого предпринимательства. Региональные фонды помогают в выборе деловых партнеров, выступают в качестве гаранта для получения кредитных ресурсов.

Технопарки. Это специальные организации, в которых объединены научно-исследовательские институты, объекты индустрии, деловые центры, выставочные площадки, учебные заведения, а также обслуживающие объекты: средства транспорта, подъездные пути, жилой поселок, охрана. Смысл создания технопарка в том, чтобы сконцентрировать на единой территории специалистов общего профиля деятельности. Ученые могут здесь проводить исследования в НИИ, преподавать в учебных заведениях и участвовать в процессе внедрения результатов своих исследований в жизнь.

Технопарки могут создаваться на базе высших учебных заведений, например в крупных университетских центрах, с целью использования научного потенциала этих вузов и коммерциализации разработанных технологий через создание и развитие размещающихся на территории технопарка малых инновационных предприятий. Их создание и поддержка требуют значительных стартовых средств. В России технопарки создаются именно на базе высшей школы.

Инновационно-технологические центры. Такие центры создаются, как правило, на базе научно-исследовательских институтов и центров. Цели инновационно-технологических центров сходны с целями технопарков, с той лишь разницей, что в инновационно-технологических центрах уделяют больше внимания коммерциализации и трансферу технологий и не столько малым предприятиям, сколько корпорациям, способным реализовать данные технологии.

Бизнес-инкубаторы. Это организации, занимающиеся поддержкой вновь созданных малых предприятий и начинающих предпринимателей, которые не имеют возможности начать свое дело, оказывая им помощь в создании жизнеспособных коммерчески выгодных продуктов и эффективных производств на базе их идей путем предоставления им на своих площадях в аренду на льготных условиях помещений и путем оказания консультационных, бухгалтерских и юридических услуг. Бизнес-инкубаторы могут действовать и как самостоятельные структуры, и в составе технопарков, техноцентров и др.

Учебно-деловые центры. Имеют сходные с агентствами и бизнес-школами функции, однако в отличие от агентств они нацелены

на реализацию образовательных программ, а от бизнес-школ их отличает внимание к консалтинговому и организационному сопровождению проектов.

Социально-деловые центры. Это структуры, действующие при центрах занятости с целью создания новых рабочих мест для незанятого населения и безработных через развитие малого предпринимательства. Как правило, социально-деловые центры – это государственные предприятия с единственным учредителем – соответствующим центром занятости.

Бизнес-центры. Оказывают в основном сервисные услуги предпринимателям и бизнесменам. Очень часто бизнес-центры создаются при гостиницах, торговых центрах для обслуживания клиентов. Бизнес-центры на платной основе предоставляют помещения для переговоров, средства связи, компьютерную и оргтехнику. Некоторые бизнес-центры сдают в аренду офисные помещения. В отличие от бизнес-инкубаторов бизнес-центры оказывают услуги физическим лицам по коммерческим расценкам. В последние годы структуры, называемые бизнес-центрами, созданы во многих регионах при центрах занятости. Как правило, они предоставляют комплекс услуг по работе с незанятыми гражданами, желающими создать собственное дело, и в этом их деятельность сходна с деятельностью социально-деловых центров.

Региональные информационно-аналитические центры. В задачи таких центров входит информационное обслуживание предпринимателей (предоставление консультационной, юридической, справочной, нормативно-технической, экономической, налоговой информации), проведение работ по созданию реестра малых предприятий и банка инвестиционных и инновационных проектов, осуществление рекламной и издательской деятельности, осуществление образовательной деятельности, предоставление услуг по приобретению, установке и эксплуатации компьютерной техники, разработке компьютерных программ. Эти структуры создаются на базе региональных центров научно-технической информации, территориальных торгово-промышленных палат, агентств поддержки малого бизнеса, инновационных центров поддержки предпринима-

тельства, научно-производственных фирм. Существуют региональные информационно-аналитические центры негосударственные некоммерческие и государственные некоммерческие, а также действующие без образования юридического лица. Финансироваться региональные информационно-аналитические центры могут как за счет средств регионального и федерального бюджетов, так и из средств, полученных в результате собственной деятельности.

Технополис. Это одна из форм свободных экономических зон, создаваемых для активизации, ускорения инновационных процессов, содействия быстрому и эффективному применению технико-технологических новшеств. Ядро технополиса образует региональный центр разработки и освоения производства высокотехнологичной продукции мирового класса. Программа деятельности технополиса обычно включает проведение фундаментальных и прикладных научных исследований с последующим продвижением их результатов в производство. Технополисы пользуются государственной поддержкой.

3.2. Предприятия

Предприятие – это самостоятельное производственное, хозяйственное учреждение, которое, используя свое имущество и средства, производит и реализует товары и услуги. Таким образом, предприятиями можно назвать не только сам бизнес, но и представителей его инфраструктуры. Современный бизнес без широко разветвленной инфраструктуры существовать не может.

В российском законодательстве различают предприятия, которые могут быть отнесены к коммерческим организациям (функционируют ради получения прибыли), и предприятия, не являющиеся коммерческими организациями (прибыль не является целью их деятельности). Однако некоммерческие организации могут быть составной частью предпринимательства, в котором деятельность и аккумуляция прибыли юридически разделены.

Современное деловое предприятие – это совокупность активов и регулярных сделок, контролируемых определенным лицом

(группой лиц). В отношении бизнеса его учредители (участники) имеют право собственности, ограниченное совместными договоренностями. Предпринимательство как способ доходного использования имеющихся ресурсов не имеет ни технологических, ни организационных границ.

Есть ряд причин, по которым предпринимательству становится тесно в границах одного юридического лица:

- наличие или развитие разных видов деятельности у одной предпринимательской структуры;
- действие антимонопольных ограничений;
- страхование активов от властного вмешательства или недружественного поглощения (защита собственности);
- создание инновационных структур для управления проектами;
- налоговая оптимизация.

По закону ряд видов предпринимательской деятельности не может осуществляться совместно в рамках одного юридического лица. Например, аудиторская деятельность и торговля. Такие ограничения легко обходятся с помощью создания двух и более юридических лиц с разными функциями.

Другим сходным основанием для разветвленной оргструктуры бизнеса является уход от антимонопольных ограничений. Например, при организации скупки контрольных пакетов акций акционерных обществ на единого скупщика налагается ряд неудобных требований, которые преодолеваются с помощью дочерних структур.

Еще одно основание имеет управленческие корни: при управлении многоотраслевым концерном необходимо контролировать эффективность отдельных направлений видов деятельности, что наилучшим образом достигается при хозрасчетной структуре, предполагающей рассмотрение бизнеса как совокупности проектов, находящихся на разных стадиях реализации.

Наиболее серьезным основанием для разделения бизнеса на ряд юридических лиц является минимизация налогообложения. При этом речь идет о минимизации налогообложения бизнеса, а не организации (в соответствии с определением налогоплательщика в статье 19 НК РФ).

Конечно, ни одно предприятие (юридическое лицо) не сможет удовлетворить всем критериям минимизации налогов. И если бизнес разделить между несколькими юридическими лицами – самостоятельными налогоплательщиками, то на самых законных основаниях снизится налоговая нагрузка на бизнес. Все легально, все осуществляется под сплошным документальным учетом. Сплошной учет операций имеет важный положительный эффект: все держится под контролем, снижается риск воровства.

Наконец, согласно статье 56 ГК РФ юридические лица, кроме финансируемых собственником учреждений, отвечают по своим обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Разделив свой бизнес на несколько юридических лиц, собственник «раскладывает яйца по разным корзинам». Тогда даже катастрофическая неудача отдельного направления бизнеса не затрагивает положение остальных направлений.

Отношения между предприятиями группы могут оформляться по-разному. Классический холдинг – это материнская компания, владеющая контрольными пакетами в капиталах предприятий-дочек. В реальной жизни целесообразными могут быть более искусные конструкции, включающие перекрестное владение, концессию, аренду ресурсов, кредитование и прочее. Факторами, определяющими юридические отношения между предприятиями группы, являются обычно защита собственности и способы извлечения доходов собственниками компании.

Ведение бизнеса в рамках группы компаний подразумевает предоставление определенной самостоятельности руководителям фирм, входящих в группу. Здесь важно определить баланс между самостоятельностью подразделений и централизованным управлением. Если данная задача решена плохо, официальная группа компаний быстро обрастает неофициальными фирмами-спутниками, которые обычно подконтрольны руководителям предприятий группы, занимающихся выкачиванием ресурсов из официальной группы.

3.3. Организации

Предприниматели обладают уникальными знаниями о том, как рачительно использовать каждый рубль, как отстаивать свои интересы, а значит, и государственные интересы России.

Система организаций, обслуживающих предпринимательство, вырастает исходя из их практического удобства и эффективности. При этом форма таких организаций может быть как коммерческой, так и некоммерческой, потому что предпринимательство знает, что в любом случае за услуги придется платить. Каким способом – уставным капиталом, взносами, оплатой разовых или регулярных услуг – вопрос конкретного удобства.

Например, инфраструктура бизнес-услуг испанской провинции Каталонии – а это одно из самых развитых с точки зрения предпринимательства территориальных образований не только Испании, но и Европы в целом (по населенности близкое к Свердловской области) – включает в свой состав почти 250 профессиональных и бизнес-ассоциаций, более 2 500 консалтинговых и оценочных компаний, более 500 финансовых и страховых компаний, более 1 250 логистических компаний и компаний, обслуживающих деловые структуры. Коэффициент доходности капитала в Каталонии один из самых высоких в Европе. Во многом это результат высокого качества предоставляемых услуг и конкурентоспособных цен на услуги ЖКХ. Кроме того, в Каталонии одни из самых низких цен в Европе на офисные и промышленные площади.

В России на федеральном уровне различных бизнес-ассоциаций не очень много, строятся они по отраслевому принципу и решают в основном узкоотраслевые задачи. Отметим некоторые из них: Ассоциация консультантов по подбору персонала, Ассоциация российских банков, Национальная ассоциация участников фондового рынка (НАУФОР), Национальная ассоциация участников электронной торговли (НАУЭТ), Российская ассоциация производителей электроинструментов, Российская ассоциация рекламных агентств, Российский кожевенный союз, Союз похоронных организаций и крематориев России, Фонд развития трубной промышленности.

Аналогичная картина наблюдается и в регионах России. Но там в ассоциациях в основном участвует средний и малый бизнес. *Ассоциация отраслевых союзов АПК* создана в Свердловской области. В нее вошли шесть ранее созданных союзов: Союз предприятий молочной промышленности, Мясной союз, Союз хлебопеков и мукомолов, ассоциация «Средуралптицепром», Союз фермеров, «Урал-агроцентр» (производители картофеля и овощей).

Ассоциация создана в целях совместной работы аграриев по сбыту продукции и выработке условий ее реализации за пределами Свердловской области, а также для подготовки и повышения квалификации сельских специалистов. Деятельность ранее созданных объединений уже доказала свою эффективность. Так, при помощи Союза предприятий молочной промышленности было достигнуто соглашение с руководителями крупных торговых сетей об ограничении торговых надбавок на молочную продукцию. Союз хлебопеков и мукомолов совместно с ассоциацией «Средуралптицепром» договорились о единой ценовой политике на фуражное зерно.

Торгово-промышленная палата РФ (ТПП РФ) – единственное предпринимательское объединение, которое регулируется специальным федеральным законом. В регионах местные ТПП пытаются охватить все проблемы, до которых еще не дошли другие (отраслевые) союзы и ассоциации.

Уральская ТПП является независимой, негосударственной, некоммерческой организацией, основанной на членстве, объединяющей российские коммерческие и некоммерческие организации и индивидуальных предпринимателей для реализации целей и задач, определенных Законом Российской Федерации «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации», Уставом ТПП России и Уставом Уральской ТПП.

Регионом деятельности Уральской ТПП является Свердловская область и город Екатеринбург. Палата объединяет свыше 600 предприятий и организаций Уральского региона, а также их ассоциации: Свердловский областной союз промышленников и предпринимателей, Уральское отделение Российской академии наук, Свердловская железная дорога и др.

Уральская ТПП как коллектив высококвалифицированных специалистов осуществляет услуги почти по 20 направлениям, из них наиболее популярные:

- консультации, информационное и правовое обслуживание по внешнеэкономической деятельности, организация деловых поездок за рубеж, встреч, помощь в установлении контактов с зарубежными партнерами;

- справочно-информационные услуги (информация о российских и зарубежных фирмах, коммерческие предложения, ценовая информация и т. п.), в том числе в сети Интернет;

- организация и проведение международных и межрегиональных выставок-ярмарок;

- переводы с 20 языков мира и их нотариальное заверение;

- рассмотрение экономических споров в третейском суде;

- сертификация систем качества предприятий в соответствии с требованиями международных стандартов ISO серии 9000:2000.

Для членов палаты часть услуг оказывается бесплатно или со скидкой 30 %.

На федеральном уровне интересы российского предпринимательства в целом представляют три организации: Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей) (РСПП), «Опора России» и общероссийская общественная организация «Деловая Россия».

Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей) (РСПП) является правопреемником Научно-промышленного союза СССР, созданного, чтобы объединить руководителей крупнейших советских заводов и НИИ. В руководство РСПП еще в советское время вошли главы коммерческих банков и кооперативов. Сейчас РСПП – общероссийская независимая общественная организация, представляющая интересы деловых кругов, в основном крупного бизнеса. РСПП видит свое предназначение в консолидации усилий промышленников и предпринимателей России, направленных на улучшение деловой среды, повышение статуса российского бизнеса в стране и в мире при условии баланса интересов общества, власти и бизнеса.

Сегодня членами РСПП по всей стране являются около 320 тысяч человек, которые создают примерно 80 % российского ВВП.

В середине девяностых годов работа РСПП была сосредоточена на выстраивании партнерских отношений с государством и «содействии адаптации российских предприятий к рынку». В последнее время, после вступления в состав РСПП ряда влиятельных предпринимателей, он стал реальной силой, лоббирующей интересы крупного бизнеса.

«*Опора России*» – организация реальных предпринимателей, объединенных общим стремлением кардинально улучшить условия ведения предпринимательской деятельности в нашей стране. В «Опору России» входит около ста отраслевых союзов и организаций из 63 субъектов Российской Федерации. Важнейшая задача организации – показать власти, что именно мешает обществу нормально развиваться, бороться с бедностью и приумножать ВВП.

Следует отметить, что большинство проблем среднего и малого бизнеса редко выходит за пределы региона. Многим предпринимателям кажется, что достаточно сговориться с местным начальником, чтобы решить все свои проблемы. Для единых действий на всероссийском уровне оснований они не находят.

Общероссийская общественная организация «Деловая Россия» образовалась в 2001 году как объединение более тысячи членов – собственников и руководителей предприятий различных направлений, форм собственности и размеров по всей стране.

В 2004 году РСПП, «Опора России» и «Деловая Россия» подписали соглашение об учреждении *Координационного совета предпринимательских союзов России*. Новый орган не будет дублировать работу уже существующих организаций, а займется координацией по разным политическим и экономическим проблемам для выработки четкой позиции перед властью, так как власти труднее отмахнуться от консолидированной позиции предпринимателей.

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

4.1. Юридические формы предпринимательства

Основная форма, в которой реализуется предпринимательская деятельность, – это коммерческая организация или соответствующее этому понятию предприятие, имеющие целью деятельности получение прибыли.

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) установил возможность создания предприятий различных организационно-правовых форм. В каждом конкретном случае предпринимателю предоставляется право создать предприятие, в наибольшей степени отвечающее его экономическим интересам. Каждой форме предприятия в определенных условиях свойственны как несомненные достоинства, так и недостатки.

Рассмотрим основные направления классификации предприятий по различным формальным признакам.

По признаку форм собственности выделяют предприятия:

- частные, основанные на собственности граждан;
- государственные, учреждаемые органами государственной власти;
- муниципальные, учреждаемые местными органами власти.

По признаку количества собственников различаются предприятия:

- индивидуальной собственности, где собственность принадлежит одному физическому лицу;
- коллективной собственности, при которой она принадлежит одновременно нескольким субъектам (с определенной долей каждого из них – долевая собственность или без определения долей – совместная собственность), причем владение, пользование и рас-

поряжение имуществом, находящимся в коллективной собственности, осуществляется по соглашению всех собственников.

По организационно-экономическому признаку предприятия дифференцируются следующим образом:

– *концерн* – как правило, многоотраслевое акционерное общество, которое приобретает контрольный пакет акций различных компаний, являющихся по отношению к нему дочерними;

– *холдинг* – акционерное общество, создаваемое крупными компаниями с целью управления дочерними предприятиями через систему участия и владения контрольным пакетом акций;

– *консорциум* – объединение предпринимателей в целях совместного проведения крупной финансовой операции;

– *синдикат* – объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли для устранения излишней конкуренции между собой;

– *картель* – соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах на продукцию, о разделе рынков сбыта, долях в общем объеме производства и т. п.;

– *ассоциация* – добровольное объединение экономически самостоятельных предприятий для совместного решения научно-технических, производственных, экономических, социальных, экологических и других задач;

– *финансово-промышленные группы (ФПГ, чеболи)* – форма объединения промышленного, банковского, страхового и торгового капиталов, а также интеллектуального потенциала предприятий и организаций.

По организационно-правовой форме предприятия делятся так:

– *хозяйственные товарищества*, представляющие собой объединения лиц, созданные для осуществления предпринимательской деятельности;

– *хозяйственные общества*, создаваемые по соглашению не менее двух граждан либо юридических лиц путем объединения их вкладов для ведения хозяйственной деятельности (акционерным обществам предоставлено право привлекать необходимые средства путем выпуска ценных бумаг – акций);

– *кооперативные предприятия*, сформированные группой лиц для совместной или иной хозяйственной деятельности.

Основные особенности хозяйственных товариществ и обществ представлены в табл. 5.

Т а б л и ц а 5

Характеристики хозяйственных товариществ и обществ

Форма предприятия	Уставный капитал	Ответственность участников
Полное хозяйственное товарищество	Общий уставный капитал разделен на доли	Члены товарищества несут ответственность принадлежащим им имуществом
Хозяйственное товарищество на вере	Прибыль не распределяется между членами товарищества, если стоимость чистых активов меньше уставного капитала	Участники товарищества несут риск убытков в пределах своих вкладов
Акционерное общество	Уставный капитал разделен на определенное число акций	Участники несут риск убытков в пределах стоимости своих акций
Общество с ограниченной ответственностью	Уставный капитал разделен на доли определенных размеров	Участники несут риск убытков в пределах стоимости своих долей в уставном капитале
Общество с дополнительной ответственностью	–	Участники несут ответственность по обязательствам общества в одинаковом размере, кратном стоимости вклада

В России частные организации еще не заняли своего надлежащего места. Не являясь политическими, эти организации и работающие в них граждане могут действовать инновационно, в меньшей степени учитывать стереотипы общественного сознания и общественного мнения, исходить, вопреки преобладающему обществен-

ному мнению, из собственного понимания стратегических перспектив развития общества, государства и бизнеса.

Частные организации в первую очередь действуют на личностном уровне, в личном пространстве человека. Это имеет особое значение в таких сферах, в которых стратегические интересы граждан, общества и предпринимательства в целом могут не совпадать с текущими тактическими намерениями и действиями государства (например, в сферах культурного, молодежного, технического, приграничного сотрудничества).

Частные организации создают множество свежих контактов, горизонтальных связей. Важной сферой их деятельности является проведение независимых прикладных научных исследований, предлагающих обществу и власти новую важную для предпринимателя информацию.

Например, Центр по туризму Гамбурга (HAMBURG TOURISMUS GmbH), основанный 1 января 1989 года, стал первым в Германии подобного типа частным обществом с ограниченной ответственностью. Больше половины акций, 51 %, принадлежит городу, 29 % – Ассоциации туристских организаций Гамбурга, 10 % – торговой палате Гамбурга, 10 % – Союзу гостиничного и ресторанного бизнеса. В штате центра около 120 сотрудников, оборот составляет более 30 млн евро в год. Те деньги, которые вкладывает город, идут на маркетинг и продвижение Гамбурга на туристских рынках, а деньги от туризма идут на аренду помещений, оплату персонала и пр. Центр зарабатывает сам за счет продажи билетов на зрелищные и спортивные мероприятия, за счет реализации HAMBURG CARD и др. Центр также является инструментом лоббирования туристских интересов в Сенате и Правительстве Гамбурга.

4.2. Крупный бизнес

Устойчивость рыночной экономики, в частности объемов продаж, уровня и динамики цен, структуры производства, обеспечивается крупным бизнесом. Крупные фирмы являются носителями

научно-технического прогресса (НТП), они накапливают, а затем внедряют методы рационального предпринимательства, снижая издержки производства. На них сегодня приходится большая часть производимой массы продукции.

Можно выделить четыре основные причины, стимулирующие рост крупных корпораций.

Первая причина – *стремление к получению экономии на масштабах производства (технологическая экономия)*. По мере роста размеров предприятия целый ряд факторов начинает действовать в направлении снижения издержек производства:

– Специализация труда. На крупном предприятии задания между рабочими могут быть поделены более подробно. Вместо того чтобы выполнять пять или шесть различных операций в ходе производственного процесса, каждый рабочий может получить задание, для выполнения которого наилучшим образом подходит уровень его квалификации. На небольших комбинированных производствах квалифицированные работники нередко затрачивают до половины своего времени на выполнение заданий, не связанных с уровнем их подготовки, что приводит к повышению издержек производства. Разделение трудовых операций позволяет рабочим приобрести опыт в выполнении конкретных заданий и работать гораздо производительнее. Развитие специализации труда сокращает потери времени при переходе рабочего от одного задания к другому.

– Специализация управленческого персонала. Большие масштабы производства позволяют также лучше использовать труд специалистов по управлению. Руководитель, способный контролировать труд 20 рабочих, будет недогружен на предприятии, располагающем десятком работников. На маленьком предприятии специалист по проблемам сбыта может оказаться вынужденным делить свое время между различными областями управленческой деятельности – например, между маркетингом, управлением трудовыми ресурсами и финансами. На крупном предприятии специалист по маркетингу сможет полностью посвятить себя продвижению продукции, что приведет к снижению издержек производства на единицу продукции (средних издержек).

– Эффективное использование капитала. Мелкие фирмы зачастую оказываются неспособными воспользоваться наиболее эффективным с технологической точки зрения производственным оборудованием. Например, в автомобилестроении наиболее эффективные методы производства предполагают использование робототехники, а эффективная эксплуатация такого оборудования возможна при объеме производства не менее 200 тыс. автомобилей в год. Только очень крупные производители могут позволить себе купить и использовать это оборудование.

– Производство побочных продуктов и утилизация отходов производства. Организатор крупномасштабного производства располагает более широкими возможностями для производства побочной продукции, чем мелкая фирма. Так, большая фабрика по упаковке мяса изготавливает кормовые добавки, удобрения, лекарственные препараты и еще целый ряд продуктов из отходов, которые более мелким производителем были бы выброшены или проданы другим фирмам.

Вторая причина – *стремление к экономии за счет родственной диверсификации* (другой термин – экономия на разнообразии производственной продукции и рынков сбыта). Этот вид экономии образуется за счет несбалансированности роста фирмы, на которой постоянно возникают новые, неиспользуемые в данный момент времени производственные и финансовые ресурсы. Экономия от использования этих ресурсов в новых сферах и становится стимулом к расширению деятельности фирмы. Она зависит от специфического набора производственных ресурсов, которыми располагает фирма, поэтому большинство фирм стремится к проникновению в те области, в которых технологические и рыночные факторы являются общими с основным производством фирмы. Благодаря экономии за счет родственной диверсификации образовались крупные многопродуктовые, многоотраслевые и многонациональные компании.

Третья причина роста корпораций – *экономия на транзакционных расходах*. Эти расходы связаны с осуществлением рыночных договорных отношений и возникают тогда, когда происходит пере-

ход товара или услуги от одной технологически обособленной структуры к другой, то есть когда имеет место транзакция – сделка, операция, контракт, договор. Так как транзакционные расходы – это расходы на функционирование рыночной системы, то их сокращение достигается за счет ограничения объема рыночных отношений с помощью вертикальной интеграции, диверсификации и интернетизации на основе серии организационных нововведений.

Четвертая причина роста корпораций – *использование преимущества относительно дешевых ресурсов мировой экономики при размещении разных стадий производства в различных странах*. Большинство современных крупных фирм – это международные компании, работающие на глобальных рынках. С наибольшей наглядностью эти свойства крупного бизнеса проявились в деятельности современных транснациональных корпораций (ТНК). Последние благодаря огромной концентрации ресурсов и централизации финансовых и материальных потоков внутри корпорации способны сами создавать для себя эффективную рыночную и социальную инфраструктуру. Приходя в менее развитые страны, ТНК сами создают коммуникации, формируют модель поведения работников и потребителей, активно воздействуют на внутреннее и международное законодательство.

Крупнейшие корпорации имеют десятки исследовательских лабораторий и центров во многих странах. Они ведут широкий поиск в технической, маркетинговой и планово-стратегической областях в интересах обеспечения устойчивой и возрастающей конкурентоспособности своего бизнеса.

Наряду с конкурентными преимуществами крупный бизнес имеет и слабые стороны (см. табл. 6). Рост фирмы часто сопровождается снижением эффективности ее управления. Очень часто крупные фирмы имеют возможность регулировать спрос и цены на свою продукцию, что снижает стимулы к росту эффективности и делает крупный бизнес негибким. Эти особенности крупных фирм создают возможности для устойчивого развития бизнеса в средних и мелких размерах.

Преимущества и слабые стороны крупного бизнеса

Сильные стороны	Слабые стороны
Способность активно изменять внешнюю среду бизнеса	Снижение стимулов к росту эффективности производства
Возможность создавать и накапливать достижения НТП, процедуры и правила рационального бизнеса	Возможность ограничения доступа других фирм к достижениям НТП и методам рационального бизнеса
Экономия на издержках производства	Падение эффективности управления с ростом размеров фирмы
Устойчивость бизнеса	Негибкость, возможность потери контакта с потребителем

4.3. Малый бизнес**4.3.1. Общая характеристика**

Как показывает опыт стран с высокоразвитой экономикой, малый бизнес также является важнейшей составляющей рыночного хозяйства. В современных условиях роль малого бизнеса в рыночной экономике растет. Отнесение бизнеса к малому может производиться по разным критериям: по оценке получаемой прибыли или дохода, объема оборота, численности занятых. В законе «О государственной поддержке малого бизнеса в Российской Федерации» к малым предприятиям относятся те, которые имеют численность занятых:

- в промышленности – 200 человек;
- в строительстве – до 100 человек;
- в оптовой торговле до 50 человек;
- в сельском хозяйстве до 50 человек;
- в науке и непромышленной сфере – до 25 человек;
- в розничной торговле – до 15 человек.

Однако критерий численности не учитывает многофункциональность малого бизнеса. Исследователи и практики бизнеса отмечают пять ведущих **экономических функций** малого бизнеса:

- малый бизнес придает рыночной системе необходимую гибкость (активизация структурных сдвигов, процессов разгосударствления и приватизации);

- формирует конкурентную среду (региональные и местные рынки, ограничивает монополии и толкает их на рационализацию своего производства путем создания дочерних предприятий);

- ускоряет ход научно-технического прогресса (организация мелкосерийного и опытного производства, поиск, разработка и внедрение новых идей);

- мобилизует сырьевые, людские и финансовые ресурсы;

- наконец, малый бизнес обеспечивает рост налоговых поступлений.

Не менее важны и **социальные функции** малого бизнеса:

- обеспечение роста занятости;

- снижение социальной напряженности;

- стабилизация уровня доходов населения.

Перечисленные достоинства малого бизнеса проявляются отнюдь не автоматически. Небольшие предприятия, как правило, подвержены гораздо большему риску, чем крупные фирмы. И тем не менее небольшие фирмы образуют своего рода фундамент, на котором вырастают более высокие «этажи» народного хозяйства. Однако доля малого бизнеса в ВВП имеет во многом другое содержание, чем доля, принадлежащая крупному и среднему бизнесу, а армия занятых в малом бизнесе имеет совсем иное значение и предназначение в экономике любой развитой страны, чем большие производственные коллективы крупного и массового производства.

Малый бизнес существенно помогает продвижению многих новинок на рынок, популяризации их, является зачастую фактически частью маркетинговой системы больших компаний, в целом активно участвует в сбыте, обслуживании, ремонте новейших изделий массового производства, во вспомогательных производствах гигантов, в транспортных услугах. Он делает ставку на конкуренто-

способное новое, поскольку своевременное переключение на более выгодные продукты или услуги сулит, хотя бы временно, хорошие доходы и продление существования в круговерти быстрых рыночных изменений.

Конкуренция же между малыми предприятиями, как в азартной игре, определяется находчивостью и везучестью, умением рисковать и оперативностью, изворотливостью в экономическом плане. Случайность здесь, в отличие от крупного бизнеса, играет едва ли не решающую роль (см. табл. 7).

Т а б л и ц а 7

Преимущества и слабые стороны малого бизнеса

Сильные стороны	Слабые стороны
Активность и гибкость	Высокорисковый характер
Более высокая рентабельность по сравнению с крупным бизнесом	Интуитивный характер и неспециализированное управление
Использование незанятых ресурсов на неформальных рынках	Ограниченный доступ к высококачественным ресурсам
Поддержка со стороны крупных фирм и государства	Недостаток финансовых ресурсов, сложный доступ к информации и достижениям НТП

В то же время собственное малое дело позволяет некоторым одаренным изобретателям и хозяйственникам лучше утвердить и защитить свое право первооткрывателя, сохранить свою творческую индивидуальность и независимость, в том числе и подготавливая новую нишу в массовом производстве и потреблении.

Возможность начать с малого свой собственный бизнес создает для многих молодых технических талантов и деловых гениев, в определенной мере, удобную стартовую площадку в рыночном хозяйстве, ведь деятели крупного бизнеса обычно доверяет только зарекомендовавшим себя профессионалам. К первооткрывателям,

с их рискованными, необычными идеями, не всегда сразу убедительными и практичными, крупный бизнес относится с недоверием. Только самостоятельно действуя, таланты могут раскрыться и проявиться, подготавливая хозяйственные и технические перевороты в массовом производстве. Тогда они сами порой быстро становятся лидерами производства, могут даже стать богатейшими людьми в мире, как, например, Билл Гейтс.

Вообще говоря, доля людей, желающих самостоятельно заниматься предпринимательством и бизнесом, во всех странах примерно одинакова и составляет несколько процентов от экономического активного населения. В России этот потенциал по отношению к численности населения существенно ниже общепринятых мировых стандартов. Лишь 17 % трудоспособного населения работает в малом бизнесе. Это один из самых низких показателей в мире, и он не меняется уже 10 лет. Во многом нежелание людей заниматься бизнесом связано с отсутствием либо с непоследовательностью государственной политики в сфере малого предпринимательства. Пока государство, к сожалению, не столько помогает, сколько создает проблемы предпринимателям, – прежде всего несовершенными положениями законодательства и недопустимо высоким налоговым бременем для многих видов бизнеса.

Малый бизнес неустойчив. Половина предприятий гибнет в первый срок своего существования, но тут же их место занимают вновь возникающие фирмы. Особенно высок уровень банкротства фирм в первые три года.

Малое предпринимательство способно занимать те ниши рынка, в которых крупный бизнес малоэффективен. Например, в жилищно-коммунальном хозяйстве, чьи услуги всегда востребованы и где малый бизнес рентабелен и инвестиционно привлекателен. Подтверждение тому – появление в этой отрасли в Екатеринбурге большого количества частных малых предприятий. И если крупный бизнес всегда ориентирован на массовое производство «обезличенных коммунальных услуг», то малые предприятия всегда будут иметь конкурентные преимущества, обеспечивая индивидуальный подход к обслуживанию потребителей.

Малый бизнес сильно зависит от конъюнктуры. Небольшие размеры не позволяют создать внутри фирмы устойчивые структуры и эффективное специализированное управление. Для большинства мелких фирм характерно единство собственности и управления. В них внешние и внутренние отношения строятся на основе неформальных связей. Небольшие фирмы часто обращаются к неформальным рынкам ресурсов, финансируют бизнес с помощью кредитов частных лиц, используют собственные средства. Не редкость в малом бизнесе и использование теневого рынка труда (привлечение нелегальных эмигрантов, несовершеннолетних и т. д.). Конкурентные преимущества и рентабельность производства обеспечиваются также более высокой интенсификацией труда, большей продолжительностью рабочего дня и низкой по сравнению с крупным бизнесом оплатой ресурсов. Без достаточной поддержки крупного бизнеса и государства малый бизнес является источником экономических и социальных рисков. Поэтому законодательство развитых стран занимается активной поддержкой малого бизнеса.

В большинстве стран малый бизнес боится только конкуренции, и лишь в немногих, в том числе и в нашей стране, чиновника. Организация «Опора России» провела исследование «Рейтинговая карта нарушений прав предпринимателей». Зона охвата – 48 регионов России. Основные выводы: малые предприятия тратят на преодоление административных барьеров до 10 тыс. руб. и до 70 часов на одного работника в год. На 90 % административный произвол – дело рук «местных» структур власти, то есть чиновников муниципального, регионального, а то и федерального подчинения.

Размеры потерь выше в том регионе, где успешнее развивается предпринимательство. Предприятие из 20 человек фактически должно иметь специалиста по «барьерам», то есть по задержкам и поборам из-за «неправедного» толкования или даже неисполнения законов и подзаконных актов. Убрав эти «барьеры», можно создать до полумиллиона рабочих мест.

Малый бизнес неоднороден. В зависимости от конкурентной стратегии обычно выделяется **два основных типа малых предприятий**: жизнеобеспечивающие и быстрорастущие.

Жизнеобеспечивающее малое предприятие – предприятие, способное обеспечить владельцу приемлемый доход. Это, как правило, мельчайший бизнес с числом занятых 1–2 человека. Он является формой самозанятости или дополнительного заработка. Его часто называют также традиционным малым бизнесом. Доля таких предприятий велика в странах с небольшим внутренним рынком.

Для сравнения: в США доля традиционного бизнеса 39 %; в Италии и Японии мелкие и средние компании доминируют в ряде отраслей, особенно в обрабатывающей промышленности. Велика доля традиционного бизнеса и в странах, где рыночная экономика недостаточно развита.

Традиционный бизнес преобладает в производственном и бытовом обслуживании, оптовой и розничной торговле (парикмахерские, небольшие кафе, зубоврачебные кабинеты, магазины). Нишей этого бизнеса являются отрасли, обслуживающие локальные потребности. У такого малого бизнеса ясная общественная миссия: он сам себя обеспечивает, не стоит в очереди в центры занятости, организуя рабочие места. Это и есть его главное предназначение.

Быстрорастущее малое предприятие – это малый бизнес, придерживающийся стратегии высокого роста и стремящийся получить высокую отдачу от вложений. Конечной целью такого предприятия является превращение в современное крупное эффективное предприятие. Современные корпорации «Хьюлет-Паккард», «Интел», «Майкрософт» и многие другие начинали как малые предприятия. Эффективное функционирование быстрорастущего предприятия редко возможно без активной помощи государства и крупного бизнеса. Этот вид малого бизнеса активно развивается в сфере информационных услуг и инновационного бизнеса.

4.3.2. Меры поддержки малого бизнеса

Широкой государственной поддержки малого бизнеса в России пока нет. Поэтому рассмотрим турецкий опыт поддержки малого бизнеса, так как отношения власти и бизнеса и уровень коррумпции в Турции больше похожи на российские, чем те же аспекты бизнеса в странах ЕС или США.

По мнению турецкого правительства (www.turkey-info.ru), можно выделить **ряд преимуществ малого бизнеса** (по сравнению с крупными предприятиями), которые позволяют ему сейчас играть ведущую роль в турецкой экономике:

- способность производить более диверсифицированный спектр продукции с минимальными затратами, в том числе за счет индивидуальных накоплений граждан;

- способность создавать дополнительные рабочие места с минимальными капитальными вложениями;

- быстрая адаптация в процессах технологического развития;

- весомая роль в развитии регионов страны;

- решающая роль в процессе формирования и развития среднего класса;

- предприятия малого бизнеса в Турции являются неотъемлемой составляющей производственного процесса для крупных производств.

В то же время для малого бизнеса характерен **ряд общих проблем**:

1. *Проблемы в области производственного процесса:*

- проблемы высокой себестоимости сырья из-за небольших объемов закупок, необходимость прибегать к услугам посредников для получения небольших партий сырья;

- относительно низкий уровень технологии и производительности труда, ограниченность средств для их повышения;

- отсутствие системы контроля качества производимой продукции;

- проблемы сертификации и стандартизации.

2. *Проблемы в области маркетинга и сбыта:*

- отсутствие, как правило, четкой маркетинговой концепции, что приводит к неверному сегментированию рынка, определению целевых рынков сбыта и пр. (данная проблема характерна как для внутренней, так и для внешней торговли, осуществляемой малым бизнесом);

- ограниченность каналов сбыта и возможностей для расширения рынков сбыта, ограниченные возможности для экспорта в силу отсутствия необходимых знаний и опыта;

– проблема создания собственных торговых марок и их продвижения на рынках сбыта.

3. Проблемы в области обеспечения финансами, кадровые и информационные проблемы:

– вопросы финансирования и кредитования, а также ограниченные возможности привлечения иностранных инвестиций;

– проблемы информационного обеспечения бизнеса;

– проблемы подготовки и использования профессиональных кадров (часто малым бизнесом руководят не профессиональные менеджеры, а его владельцы, не всегда располагающие соответствующим образованием);

– психологические проблемы, обусловленные малыми размерами предприятия.

С учетом роли и места малого бизнеса в Турции в стране сформировалась весьма развитая инфраструктура поддержки и обслуживания малого бизнеса в лице некоммерческих государственных и общественных структур и объединений. Ядром этой инфраструктуры стала созданная в 1990 году государственная организация Союз по развитию и поддержке малого бизнеса (КОСГЕБ), основной задачей которой стала выработка государственной политики в сфере малого бизнеса и всестороннее содействие в развитии малого бизнеса в Турции на основе анализа национального и международного опыта.

Одной из наиболее действенных форм развития и поддержки в Турции малого бизнеса стало создание особых промышленных зон (ОПЗ), которые представляют собой отраслевые территориально-промышленные объединения. В них входят сотни малых предприятий, осуществляющих свою деятельность на определенной территории (а иногда также и в определенном промышленном секторе). Основная задача ОПЗ – предоставить располагающимся на их территории предприятиям широкий спектр организационно-технических услуг.

Решение о создании ОПЗ принимается на государственном уровне, и весь проект обеспечивается поддержкой государства. При этом учитывается мнение действующих в данной сфере отраслевых

союзов и объединений предпринимателей. Совместно с заинтересованными организациями и местными органами муниципального управления определяется оптимальное место расположения ОПЗ, источники финансирования ее строительства. Проект строительства ОПЗ обычно включает в себя создание химических лабораторий, учебных центров, объектов социально-культурного назначения. Для руководства зоной создается эксплуатационная фирма, на которую возлагается работа по организации деятельности всех технических служб и инфраструктуры.

Типичная ОПЗ – зона кожевенных производств в районе Тузла (близ Стамбула). Она объединяет 223 компании, занимающиеся выделкой кож, и около 150 фирм, производящих вспомогательные материалы и компоненты для кожевенной индустрии. ОПЗ занимает около 6,5 млн кв. м, из которых под промышленные помещения выделено 2,2 млн кв. м, а остальное – парковая зона и объекты социально-культурного назначения. В этой особой промышленной зоне действует единая система очистных сооружений, оборудованных современной техникой физической, химической и биологической очистки, несколько лабораторий химического анализа, пожарная служба, а также мечеть, спортивные сооружения, профилактический диспансер, профессиональное училище и другие объекты. Финансирование строительства инфраструктурных объектов на 90 % взяло на себя государство. Из оставшихся 10 % средств треть была получена через специальные банковские кредиты, а две трети этих средств были привлечены за счет предпринимателей-кожевенников.

Созданием подобных зон турецкое государство также намерено решить сложные экологические проблемы, стоящие перед Турцией, поскольку ОПЗ позволяют вынести за пределы крупных жилых массивов имеющиеся производства и сконцентрировать их в определенных местах, обеспечив необходимыми очистными сооружениями и лабораториями.

В России спектр проблем гораздо шире, чем в Турции. Так, для масштабного применения турецкого подхода при создании ОПЗ на Урале, где традиционно преобладает крупное промышленное

производство, трудно найти аргументы. Однако сходный подход может оказаться плодотворным, например, в условиях Северного Кавказа, где существуют схожие традиции ремесел и высок уровень безработицы.

4.3.3. Пути развития малого бизнеса

Большинство стран придают развитию малого бизнеса особое значение – как по политическим, так и по чисто экономическим причинам. Это особенно заметно в деятельности Европейского сообщества. Показателен, например, Устав малых предприятий (Charter for Small Enterprises), одобренный Европейским советом в марте 2010 года и ставший ключевым документом, отражающим стратегию развития Европы до 2020 года. Эта стратегия представляет большой интерес, так как подразумевает создание в Европе к 2020 году самой динамично развивающейся и конкурентоспособной экономики, ключевую роль в которой займет малый бизнес. (Учтем, что во многих европейских странах уровень бюрократии и косности власти очень значителен).

Акции, предпринимаемые в рамках Устава, включают множество мер. Ниже приведены наиболее значимые направления этой деятельности, подкрепленные цитатами из Устава:

1. Развитие предпринимательства через образование:

«Европа должна воспитывать в своих гражданах дух предпринимательства и новаторства, начиная с раннего возраста. Базовые знания о бизнесе и предпринимательстве должны быть усвоены еще в школе. Специальные курсы по ведению бизнеса должны составить существенную часть схем образования средних школ, колледжей и университетов. Надо поощрять и поддерживать стремления молодежи, а также разрабатывать соответствующие образовательные схемы для менеджеров малых предприятий. Необходимо поощрение проведения тренингов среди предпринимателей и работников их предприятий.

Для преодоления дефицита квалификации необходимо поощрение применения пожизненного обучения, особенно в области информационных технологий. Должна поощряться мобильность рабочей силы внутри и между странами ЕС для преодоления нехватки

квалификации и предоставления малому бизнесу доступа к более широкому фонду квалифицированной рабочей силы».

2. *Улучшение законодательного регулирования:*

«Малый бизнес может быть освобожден от некоторых обязательств. Надо упростить законы о конкуренции для малого бизнеса. Национальные законодательства по банкротству должны быть пересмотрены с практической точки зрения. Повышенное внимание должно уделяться отмене и изъятию излишнего регулятивного законодательства, а также пересмотру старых законов.

Законодательство по банкротству должно быть пересмотрено с целью предоставить возможность выжить несостоятельному, но жизнеспособному бизнесу, а также с целью облегчения наказания для «честных банкротов»».

3. *Связь между малым бизнесом и властью через Интернет:*

«Требуется поддержка усилий по упрощению существующих требований. Стоимость создания компании должна быть самой конкурентной в мире, процедура ее создания – самой быстрой и свободной от большей доли бюрократии, процедура регистрации должна быть доступна on-line через Интернет. Необходимо развитие связи власти с сектором малого бизнеса через Интернет, на основе которого компании смогут легко, оперативно и значительно дешевле заполнять различные формы, оформлять возврат налогов и получать различную консультационную информацию».

4. *Обеспечение малого бизнеса финансированием:*

«Предприниматели нуждаются в финансах для реализации своих амбиций. Для улучшения доступа малых предприятий к финансовым услугам необходимо:

– Выявить и удалить барьеры для создания общеевропейского рынка капитала, улучшить взаимоотношения между банковским сектором и малым бизнесом посредством создания нормальных условий доступа к кредитам и рисковому капиталу.

– Облегчить доступ к профильным фондам через Европейский инвестиционный банк для увеличения возможных объемов финансирования начинающих и hi-tech предприятий, а также через новые финансовые инструменты.

При этом нельзя пренебрегать мерами обеспечения доступа к финансированию малого бизнеса в традиционных секторах, таких как ссуды и взаимные гарантии».

5. Усиление технологической мощности малых предприятий:

«Должны быть усилены текущие программы, нацеленные на развитие и распространение технологий среди малых предприятий, для чего нужно развивать способность малого бизнеса выявлять и применять на практике нужные технологии. Должна поощряться технологическая кооперация среди компаний разного размера, а особенно между малыми предприятиями. Нужно развивать программы, сфокусированные на коммерческом применении знаний и технологий, разработать и внедрить системы сертификации и контроля качества для малых предприятий. Важно удостовериться, что для малых предприятий легко доступен патент Европейского экономического сообщества.

Должна поощряться кооперация между малыми предприятиями на локальном, национальном, европейском и международном уровнях, а также кооперация между фирмами и образовательными учреждениями и исследовательскими институтами».

Очевидно, что перечисленные направления развития малого бизнеса актуальны и для России. Однако российские государственные усилия в этой области крайне скромны по сравнению с европейскими. Тем не менее названные общие идеи развития малого бизнеса носят объективный характер и в скором времени будут оказывать все более сильное влияние на российское предпринимательство.

4.4. Средний бизнес

В современной рыночной экономике сохраняется значительная прослойка среднего бизнеса. Так же, как и крупный бизнес, средний бизнес не имеет особого правового статуса. Он играет роль посредника и связующего звена между крупным и малым бизнесом, между малым бизнесом и государством.

В пищевой промышленности России, к примеру, именно этот тип компаний показывает наиболее высокие темпы роста. С 2002 года основная часть роста в отрасли определяется компаниями с оборотами до \$100–150 млн. Динамика их развития в 2–3 раза выше, чем у более крупных компаний той же отрасли.

Средние компании лучше управляются, лучше организуют сбыт, отвечают высоким стандартам качества, работая на потребителя из верхней части среднего класса. Они изначально ориентированы на конкуренцию и потому инвестируют в лучшее оборудование и персонал. Число покупателей у средних компаний тоже растет быстрее. Если у крупных предприятий темпы роста продаж растут не более чем на 30 % в год, то у среднего бизнеса этот показатель достигает сегодня 50–60 %, а в первое время обороты таких компаний удваивались ежегодно. По технической базе и методам организации производства средние предприятия сродни крупному производству и в чем-то могут с ним конкурировать (см. табл. 8).

Т а б л и ц а 8

Преимущества и слабые стороны среднего бизнеса

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокая гибкость	Сильная зависимость от отраслевых тенденций
Более высокая рентабельность по сравнению с крупным бизнесом	Падение эффективности управления с ростом фирмы
Быстрое использование незанятых ресурсов, особенно на региональных рынках	Ограниченный доступ к высококачественным ресурсам
Легкость установки взаимовыгодных связей с малым бизнесом	Ограниченность финансовых ресурсов, трудности доступа к информации и достижениям НТП

Отметим, что большие компании сами зачастую состоят в значительной своей части из множества средних по величине заводов

и фабрик или других предприятий, разбросанных по различным территориям. Поэтому от средних юридически самостоятельных компаний они могут и не сильно отличаться величиной отдельных производственных активов и мощностей.

Поскольку небольшой размер фирм, неустойчивость и высокая рискованность малого бизнеса не позволяют ему устанавливать устойчивые связи с крупным бизнесом напрямую, постольку средний бизнес берет на себя эту роль, создавая сложную сеть разнообразных по форме, правовому и организационному оформлению связей как с крупным, так и с малым бизнесом.

4.5. Тенденции развития бизнеса

Пока в России наблюдается явное нарушение пропорций в развитии крупного, среднего и малого бизнеса. Традиционно государство отдает предпочтение поддержке крупной промышленности, базовым отраслям, хотя цели и интересы у предпринимателей разных форм бизнеса практически совпадают. В рыночных условиях именно спрос определяет объемы, ассортимент и качество произведенных товаров, а взаимодействие крупного и малого бизнеса позволяет наиболее эффективно организовать производство и довести товар до потребителя.

Предоставляя льготы малому бизнесу, государство делает его привлекательным для инвестиций со стороны крупных и средних бизнес-структур, поскольку размещение заказов на малых предприятиях существенно сокращает производственные издержки.

Государство может также стимулировать крупные фирмы, отдавая предпочтение при размещении госзаказов тем из них, которые будут реализовывать заказы с привлечением мелких компаний. Во всех странах с рыночной экономикой крупные компании сотрудничают с десятками и даже сотнями мелких предприятий, и в России многие корпорации начали движение по этому же пути.

Часть малого бизнеса представлена дочерними и ассоциированными компаниями. Сотрудничая с крупным бизнесом, малый

бизнес получает доступ к патентам, лицензиям, современным технологиям, финансам, а крупный бизнес получает дополнительную гибкость.

Широко распространенной формой сотрудничества крупного и малого бизнеса является создание *венчурных компаний* – рискованных мелких и средних фирм, занимающихся научными исследованиями, инженерными разработками, созданием и внедрением нововведений. Классический *венчур* – инновационное предприятие, создаваемое несколькими фирмами, каждая из которых вносит в капитал фирмы небольшую долю средств. Коллективное финансирование снижает риск и потери в случае, если инновация не сможет стать прибыльным бизнесом.

В последнее время активно развивается такая форма взаимодействия малого и крупного бизнеса, как *аутсорсинг* – перевод внутреннего подразделения или ряда подразделений предприятия и всех связанных с ними активов в организацию поставщика услуг, предлагающего оказывать некую услугу в течение определенного времени по определенной цене. Аутсорсинг стал главным фактором успеха во многих отраслях экономики. Этому способствовали резкие перемены в технологиях, произошедшие в последние несколько десятилетий. В результате условия принятия управленческих решений заметно усложнились, а главной задачей менеджеров стало обеспечение конкурентоспособности организации. Для этого следует постоянно оценивать используемые технологии и искать пути улучшения показателей эффективности.

Немногие организации начинают эту деятельность по собственной инициативе. Чаще необходимость внести изменения возникает неожиданно и диктуется другой организацией, например, сети супермаркетов требуют, чтобы их поставщики использовали системы электронного обмена данными. В подобной ситуации оправдано заключение субдоговоров с внешними специалистами. Постоянные изменения, связанные с разработкой новых технологий, повышают давление на предприятия, которые вынуждены обращаться к аутсорсингу, чтобы стать конкурентоспособными.

Соотношение и взаимодействие малого, среднего и крупного бизнеса сложилось в современном хозяйстве естественным образом как иерархическая пирамидальная система, инновационные возможности которой возрастают снизу вверх и являются стержнем и мотором ее развития в интеллектуально насыщенной конкурентной среде.

Одновременно России нужны инновационно независимые суперкорпорации, способные конкурировать с высокоинтеллектуально оснащенными транснациональными корпорациями (ТНК). Для этого надо менять, а точнее, либерализовать антимонопольную политику, активизировать государственную инвестиционную политику, широко финансировать производственные НИОКР, помогать корпорациям-холдингам закупать за рубежом лицензии, использовать инновационный потенциал ТНК, вовлекая такие корпорации во взаимовыгодный союз с российскими крупнейшими объединениями и предоставляя им при этом необходимые гарантии.

Глобализация экономики с ее свободой передвижения товаров и капиталов может, конечно, нанести серьезный урон странам с низким уровнем концентрации и централизации производства, со слабой консолидацией промышленных капиталов. Но вместе с тем этот общепланетарный сдвиг в экономических связях создаст перспективу для роста и главенства прежде всего крупнейшего бизнеса, которому требуется не зажатость в национальных рамках, а более широкие экономические пространства для своей деятельности.

Однако Россия еще не готова ни по параметрам консолидации капитала, ни по качеству продукции и услуг сражаться на равных с мощнейшими игроками мирового рынка. На сегодня, в частности, оказывается оправданной более определенная политика импортозамещения, хотя это частично означает антиинновационный протекционизм. В наших хозяйственных условиях чисто рыночные механизмы еще не скоро приведут к оптимальным институциональным преобразованиям, если вообще приведут к таковым из-за непреодолимого давления мирового рынка.

Глава 5

ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И КРИТЕРИИ ИХ ВЫДЕЛЕНИЯ

Несмотря на некоторые общие признаки, на практике реальная деятельность предпринимателей сильно различается. Это связано с тем, что в отдельных видах предпринимательства возникают различные конкурентные преимущества и риски, из-за чего реализация первых и преодоление вторых заставляет предпринимателей видоизменять правила своего дела. Также существуют особенности в механизмах правового регулирования и правового обеспечения деятельности в разных видах предпринимательства.

Обычно выделяют виды предпринимательства в зависимости от отраслевой принадлежности и размера предприятия. В данной главе предмет рассмотрения – конкурентные преимущества предпринимательской деятельности, возникающие из-за отраслевых и размерных ее отличий на различных стадиях воспроизводства. По этому критерию выделяют предпринимательство *производственное, коммерческое, финансовое и в сфере услуг.*

5.1. Производственное предпринимательство

Производственное предпринимательство относится к числу самых распространенных общественно необходимых и одновременно самых сложных видов предпринимательской деятельности. Осуществление производственного предпринимательства связано с необходимостью приобретения предпринимателем значительного набора производственных факторов. Для изготовления продукции необходимы материалы и полуфабрикаты, рабочие помещения, машины, оборудование, приборы, знание технологии. Предприниматель несет расходы по приобретению самой разнообразной информации, по транспортировке и хранению материалов, готовой

продукции, ремонту оборудования и многие другие. Отсутствие работников подходящей квалификации и оборудования, дорогое и некачественное сырье могут стать серьезным препятствием для создания производственного предпринимательства.

Этот вид предпринимательства в отдельных отраслях для своего успешного развития нуждается в серьезной государственной поддержке. Она может выступать в виде программ поддержки, налоговых льгот, предоставления гарантий и т. д.

Ориентация на сиюминутный доход ведет к тому, что многие предприниматели, занимающиеся производственным бизнесом в неблагоприятных условиях, идут на снижение качества и фальсификацию товаров, используют опасные технологии, начинают хищнически использовать природные ресурсы и рабочую силу. Поэтому производственное предпринимательство, кроме поддержки, часто требует государственного регулирования: лицензирования деятельности, стандартизации, ограничения или полного запрета на отдельные виды производственной деятельности и т. д. (см. табл. 9).

Т а б л и ц а 9

Преимущества и слабые стороны производственного бизнеса

Сильные стороны	Слабые стороны
Имеет наибольшее общественное значение	Очень зависим от уровня развития рыночной экономики и инфраструктуры
Пользуется значительной государственной поддержкой	Подвергается значительному государственному регулированию
	Наиболее рискованное и сложное предпринимательство Относительно невысокая рентабельность

Производственный бизнес является фундаментом, на котором строится и поддерживается на определенном уровне развития все общество (см. табл. 10). Без предпринимательства этой категории цивилизованная жизнь вообще невозможна.

**Ключевые показатели социально-экономической статистики
Российской Федерации за 2016–2019 годы, %**

Показатель	2016	2017	2018	Янв.– июнь 2018	Янв.– июнь 2019
ВВП	0,3	1,6	2,3	1,9	0,5
Промышленное производство	2,2	2,1	2,9	3,0	2,6
В том числе:					
добывающая промышленность	2,3	2,1	4,1	1,9	4,0
обрабатывающее производство	2,6	2,5	2,6	4,0	1,9
обеспечение электроэнергией, газом и паром	2	–0,4	1,6	1,9	0,0
водоснабжение, водоотведение	0,8	–2,1	2,0	–2,1	1,5
Продукция сельского хозяйства	4,8	3,1	–0,6	2,0	1,2
Ввод жилой площади	–6,0	–1,3	–4,5	3,6	3,7
Строительство	–2,2	–1,2	5,3	6,2	0,1
Грузооборот транспорта	1,8	5,5	2,8	3,0	1,7
Реальные располагаемые доходы	–4,5	–0,5	0,1	1,3	–1,3
Реальная заработная плата	0,8	2,9	8,5	8,7	1,8
Индекс потребительских цен	7,1	3,7	2,9	2,3	5,1
Оборот розничной торговли	–4,6	1,3	2,8	2,9	1,7
В том числе:					
продовольствие (включая алкоголь и табак)	–5,0	1,1	2,1	2,9	1,6
непродовольственные товары	–4,2	1,5	3,5	3,0	1,8
Платные услуги населению	0,7	1,4	1,4	1,4	–1,2

О к о н ч а н и е т а б л . 10

Показатель	2016	2017	2018	Янв.– июнь 2018	Янв.– июнь 2019
Экспорт	–17,5	25,5	25,3	27,2	–2,5
Импорт	–0,8	24,4	4,4	16,0	–2,5
Общая численность безработных (в возрасте 15 лет и старше)	–0,5	–6,5	–7,8	–8,5	–5,7
Курс рубля к доллару США, рублей за доллар США	67,1	58,3	62,7	59,4	65,4

Для современной рыночной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств – крупных, средних и малых предприятий. Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей и места на рынке. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, большой долей основных средств в производственных издержках. В этих отраслях сосредоточено в основном крупное предпринимательство. К ним относится автомобильная, фармацевтическая, химическая, металлургическая промышленность, большинство предприятий добывающих отраслей. В отраслях, где в издержках предпринимателей велика доля расходов на персонал, предпочтительнее малые размеры предприятий.

Совершенствование товаров и технологий их производства неразрывно связано с увеличением доли интеллектуальных решений в цене конечного продукта (например, мобильного телефона). А часть этих решений, таких как программное обеспечение для компьютеров, получают значение самостоятельного высоко-рентабельного товара. Таким образом, выделяются в особую группу *интеллектуальные товары*.

Наиболее важные составляющие интеллектуальных товаров:

1. *Промышленная собственность*, охраняемая патентами и свидетельствами, в том числе:

- патенты на изобретения; свидетельства на полезные модели; свидетельства на промышленные образцы;
- средства индивидуализации товаров и услуг, в том числе: товарные знаки; торговые марки; знаки соответствия; знаки обслуживания; наименования мест происхождения товаров;
- селекционные достижения, в том числе: новые сорта растений, новые породы животных.

2. *Объекты авторского права*, охраняемые по Закону об авторском праве специальным государственным органом:

- произведения науки, в том числе: топология микросхем; базы данных; программы для ЭВМ;
- произведения литературы;
- произведения искусства (живопись, скульптура и др.).

3. *Результаты научно-исследовательских и опытных конструкторских работ НИОКР*, не охраняемые патентами, в том числе:

- техническая документация (проектная, конструкторская, технологическая);
- системы организации производства;
- системы управления (качеством, кадрами);
- производственный опыт и обучение персонала.

Особенностью интеллектуальных товаров является часто встречающийся факт нежелания собственников (в том числе авторов) продавать эти товары, так как они составляют основу их конкурентного преимущества.

Важные функции выполняют *отрасли предпринимательства, занимающиеся обеспечением производства* (см. табл. 11).

Особое место занимает *аграрный бизнес*. Тенденция развития сельскохозяйственных предприятий – быстрая концентрация капитала. В 1991 году, когда делили имущество колхозов и совхозов, собственниками стали люди, которые там работали. Соответственно уставные капиталы и все 100 % голосов на собраниях принадлежали им.

В настоящее время около трех четвертей уставного капитала уже принадлежит юридическим лицам, а у физических лиц осталась примерно одна четверть.

Виды предпринимательства, обеспечивающие производство

Вид предпринимательства	Содержание деятельности
Транспортный	Оказание транспортных услуг
Складской	Услуги по хранению товаров
Арендный и лизинговый	Предоставление помещений, производственного оборудования, техники, машин
Коммунальный	Предоставление энергетических ресурсов, воды
Информационный	Услуги связи, сбор, обобщение, анализ информации, формирование баз данных

Происходит также резкая дифференциация сельскохозяйственных организаций по финансовому состоянию. В благополучных хозяйствах численность работников сохраняется, земельные ресурсы (площади обрабатываемой земли) даже растут, а неблагополучные хозяйства теряют в первую очередь лучших работников.

Кроме того, производство и ресурсы концентрируются у крупнейших сельхозпроизводителей. Расширяется формирование агрофирм и агрохолдингов. Каждая крупная организация концентрирует у себя десятки или сотни тысяч гектаров земли, десятки тысяч наемных работников (показатели деятельности таких компаний отражены в прил. 1).

В России происходит неуклонная ликвидация большого количества сельскохозяйственных предприятий. Ликвидируются в основном несостоятельные, относительно маленькие предприятия. В основном ресурсы переходят к новым крупным предприятиям и организациям. Вновь создаваемые предприятия более эффективны, значительная их часть находится в первой или во второй группе лидеров по финансовому благополучию. Земля в новые предприятия переходит на 100 %, люди – примерно на 80 %, а фонды – примерно на одну четверть. Новые собственники не берут старые фермы и другое изношенное имущество.

По-видимому, у нас скоро возникнет такая же картина, как во Франции. На сельскохозяйственных предприятиях там 10 лет назад работало примерно 10 млн человек (среднегодовая численность занятых), а в 2002 году уже 3,9 млн человек, и сокращение численности идет дальше. В бывшей ГДР численность сельских работников за несколько лет сократилась в четыре раза. Но там была государственная программа, и все получили какую-то поддержку, возможность выжить. У нас такой четкой программы нет.

Во всем мире наблюдается разрыв между растущей переработкой и стагнирующим сельским хозяйством. При этом правительства почти всех развитых стран субсидируют сельхозпроизводителей (например, расходы ЕС в 2020 году на поддержку сельского хозяйства составили 35 % всех бюджетных расходов ЕС, а это 53,76 млрд евро). Идет смена экономической модели, растет эффективность производства в аграрном секторе, уменьшается потребность в ручном труде.

5.2. Коммерческое предпринимательство

Поле деятельности коммерческого предпринимательства являются операции по купле-продаже товаров. В этом виде предпринимательства предприниматель выступает в роли торговца, коммерсанта, продавая готовые товары, приобретенные им у других лиц. В России создан налоговый режим, в котором товаропроизводитель чувствует себя хуже, чем предприятие торговли. Именно поэтому большинство предпринимателей работают у нас в сфере торговли. При этом очень высок удельный вес перепродавцов (около $\frac{3}{4}$ общего количества всех предприятий торговли).

Коммерческий предприниматель занят тем, что приобретает товары у производителей, перевозит их в разные уголки страны и мира, складывает и доставляет другим посредникам или потребителям. Он берет на себя и риски, связанные с изменением спроса, цен и т. д. При прохождении товара от производителя к потребителю товар не изменяется, а потребители получают возможность

не заботиться о доставке товаров и в то же время более равномерно потреблять необходимую продукцию.

Коммерческое предпринимательство технологически более однородно, чем производственное. К его достоинствам можно отнести также быстроту создания (табл. 12). Поэтому в России в первые годы перехода к рынку этот вид предпринимательства получил наиболее быстрое развитие.

Т а б л и ц а 12

**Преимущества и слабые стороны
коммерческого предпринимательства**

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокая рентабельность Быстрота создания Незначительная величина первоначального капитала Относительная простота деятельности Незначительная государственная регламентация	Высокая зависимость от уровня развития производства Современные эффективные формы коммерческого предпринимательства сильно зависят от качества персонала

То, что процесс организации коммерческого предпринимательства существенно проще, чем процесс организации производственного предпринимательства, обусловлено меньшим количеством факторов, воздействующих на торговое предпринимательство.

Коммерческое предпринимательство высокорентабельно. Если во всем мире производственная деятельность обеспечивает, как правило, не более 10–12 % рентабельности предприятия, то коммерческая – 20–30 %, а нередко и больше.

К рискам данного вида предпринимательства можно отнести его высокую зависимость от рыночной конъюнктуры. Эффективное коммерческое предпринимательство требует знания тонкостей по ведению переговоров об установке закупочных цен, умения завоевывать доверие партнеров и потребителей, навыков по прогнозированию изменений в потребностях общества. Поэтому в коммерческой торговле очень высоки риски, связанные с подбором персонала.

Предприниматели, занятые в этом виде предпринимательства, зависимы от уровня развития предпринимательской инфраструктуры. В этой сфере предпринимательства во всем мире много мелких и средних фирм, и, как следствие, в этом предпринимательстве ниже государственное регулирование и велика доля теневого предпринимательства.

С учетом объема продаж различают оптовую и розничную формы торговли.

Оптовая торговля отличается от розничной по следующим характеристикам:

- оптовик уделяет меньше внимания стимулированию, атмосфере в магазине и расположению своего торгового предприятия;
- оптовик имеет дело преимущественно с профессиональными клиентами, а не с конечными потребителями;
- оптовые сделки по объему обычно крупнее розничных;
- торговая зона оптовика, как правило, значительно больше таковой у розничного торговца;
- правовые нормы и налоговая политика в отношении оптовых и розничных торговцев различаются.

Оптовики обеспечивают эффективность торгового процесса. Даже располагая достаточным капиталом, производитель обычно предпочитает направлять средства на развитие собственного производства, а не на организацию оптовой торговли. Эффективность деятельности оптовых торговцев практически всегда выше благодаря размаху операций, большему числу деловых контактов в сфере розничной продажи и наличию специальных знаний и умений.

Различаются оптовое предпринимательство *с полным циклом обслуживания*, содержание услуг которого представлено в табл. 13, и *с ограниченным циклом обслуживания*.

Оптовики с ограниченным циклом обслуживания предоставляют своим поставщикам и клиентам гораздо меньше услуг исходя из соображений оперативной и долгосрочной выгоды. Особенности их работы в зависимости от набора услуг приведены в табл. 14.

**Услуги оптового предпринимательства
с полным циклом обслуживания**

Услуга	Содержание
Стимулирование сбыта товаров	Оптовики помогают производителю охватить множество мелких клиентов при сравнительно небольших затратах. Оптовик имеет много деловых связей. Покупатель, как правило, больше верит оптовику, чем какому-то далекому производителю
Формирование ассортимента товаров	Оптовик может подобрать изделие и сформировать необходимый товарный ассортимент, избавив клиента от значительных хлопот
Разбивка крупных партий на мелкие	Оптовики обеспечивают клиентам значительную экономию средств, закупая большие партии и разбивая их на мелкие
Складирование	Оптовики хранят товарные запасы, тем самым снижая издержки поставщиков и потребителей
Транспортные услуги	Оптовики обеспечивают более оперативную доставку товаров, так как находятся ближе к клиентам, чем производители товаров
Финансирование	Оптовики финансируют своих клиентов, предоставляя им кредит, и поставщиков, производя предоплату
Принятие риска	Неся при хранении расходы в связи с хищением, повреждением, порчей и старением товара, оптовики одновременно берут на себя часть риска
Предоставление информации о рынке	Оптовики предоставляют своим поставщикам и клиентам информацию о деятельности конкурентов, новых товарах, динамике цен и т. д.
Услуги по управлению, консультирование для розничных торговцев	Нередко оптовик помогает розничным торговцам совершенствовать их деятельность, принимая участие в разработке схемы магазина, устройстве экспозиции товаров, обучении продавцов, а также в организации бухгалтерского учета и управлении запасами товаров

**Услуги, предоставляемые оптовиками
с ограниченным циклом обслуживания**

Тип оптовика	Краткая характеристика услуг
Оптовик смешанного ассортимента	Занимается несколькими группами товаров, чтобы удовлетворять нужды розничных торговцев с широким смешанным ассортиментом или предприятий с узкоспециализированным товарным ассортиментом
Оптовик неширокого ассортимента	Работает с одной-двумя ассортиментными группами товаров (например, с техническими товарами, лекарствами, одеждой) при значительно большей глубине этого ассортимента
Узкоспециализированный оптовик	Занимается лишь частью той или иной ассортиментной группы товаров, охватывая ее на большую глубину. В качестве примера можно указать на оптовых торговцев запчастями к автомобилям, морепродуктами
Оптовик-коммивояжер	Не только продает, но и сам доставляет товар покупателям. Занимается ограниченным ассортиментом продуктов, объезжая магазины, рестораны, гостиницы, больницы и т. д.
Оптовик-организатор	Работает в отраслях, для которых характерна бестарная перевозка грузов, таких, как лесоматериалы и уголь. Не держит товарных запасов, а отгружает товар непосредственно покупателю. С момента принятия заказа до момента завершения поставки принимает на себя право собственности на товар и весь связанный с этим риск
Оптовик-консигнант	Обслуживает розничных торговцев. Владельцы розничных предприятий не хотят заказывать и поддерживать запасы многих видов продуктов. Оптовик-консигнант сам отбирает товары, следит за их качеством, ведет учет запасов. Сохраняя за собой право собствен-

Тип оптовика	Краткая характеристика услуг
	ности на товар, счета выставляет только за то, что купили потребители. Стимулированием сбыта не занимается, поскольку работает с широко рекламируемыми товарами
Оптовик-посылторговец	Занимается рассылкой своим клиентам каталогов на косметику, ювелирные изделия, лекарства и другие мелкие товары. Заказы высылаются по почте или автотранспортом
Торговый агент	Товар не закупает, работает за счет фирмы по договору. Заключает официальное соглашение с каждым производителем по политике цен, территориальным границам деятельности, об услугах по доставке товаров, по гарантии на товары, о размерах комиссионных ставок
Оптовик-аукционист	Действует там, где потребители хотят еще до сделки осмотреть товар. Это рынки скота, морепродуктов и т. д.
Дистрибьютор (дилер)	Может закупать, а может и не закупать товар в зависимости от договора с фирмой. Самостоятельно рекламирует товар
Комиссионер	Работает за счет продавца, но от своего имени
Агент по закупкам	Оформляет долговременные отношения с клиентами и закупает для них необходимые товары, получает эти товары, проверяет их качество, организует складирование и последующую доставку к месту назначения

В розничной торговле крайне важен выбор торговой ниши с учетом требовательности покупателей. Розничная торговля означает куплю-продажу преимущественно потребительских благ в небольших количествах, когда отдельные лица приобретают нужные им продукты в магазинах, торговых палатках, на продовольственных и вещевых рынках.

В то же время в мире как формы сбыта товаров и услуг (минуя торговые организации) динамично развиваются индустрии торговли через Интернет и прямых продаж. Индустрия торговли через Интернет требует широкой и надежной инфраструктуры оплаты и доставки товаров.

Индустрия прямых продаж действует в ограниченных товарных нишах, обычно «отгороженных» от обычной розничной торговли. К таким нишам относятся: товары личного потребления, товары семейного пользования, оздоровительные товары, образовательные товары и товары для отдыха. По статистике 75 % продаж осуществляется при личном контакте, а для 70 % продаж – у потребителей дома. Для 80 % независимых продавцов (практически все они индивидуальные предприниматели) прямые продажи являются вторичной занятостью, то есть занимают менее 30 часов в неделю.

5.3. Финансовое предпринимательство

Финансовая деятельность выступает в формах банковской деятельности, страхового и венчурного предпринимательства. Она распространяется на такой круг операций, как продажа и покупка иностранной валюты, обмен ценных бумаг на деньги, валюту или другие ценные бумаги. К этой сфере относятся услуги разнообразных финансовых посредников: брокеров, дилеров и т. д. Прибыль предпринимателя возникает в результате операций с финансовыми ресурсами и получением процентов.

Во всем мире финансовое предпринимательство, так же как и производственное предпринимательство, является одним из самых рискованных видов бизнеса, поэтому подлежит наиболее сильному государственному регулированию (см. табл. 15). Финансовое предпринимательство, как правило, не предполагает такую высокую норму рентабельности, как коммерческое предпринимательство. Ее величина может составить 5–10 %. Большая часть фирм в мире, занимающихся финансовым предпринимательством, – крупные фирмы.

Преимущества и слабые стороны финансового предпринимательства

Сильные стороны	Слабые стороны
Гибкость и мобильность Способность быстро аккумулировать ресурсы Относительная простота самих финансовых операций.	Высокие риски Подвергается значительному государственному регулированию Современные эффективные формы финансового предпринимательства сильно зависят от качества персонала
Технологическая простота территориального расширения предпринимательства	Относительно невысокая рентабельность

В финансовом предпринимательстве деньги в форме кредита «продаются» на определенное время покупателю, который впоследствии сумму возвращает сполна и выплачивает процент, обеспечивая прибыль кредитной организации. Продажа и перепродажа иностранной валюты, а также ценных бумаг (акции, векселя, облигации и пр.) тоже относятся к области финансового предпринимательства.

Финансовое предпринимательство реализуется через коммерческие банки, кредитные союзы, инвестиционные и лизинговые компании, фондовые биржи, страховые и трастовые компании. При этом только банки осуществляют *комиссионные операции*, к которым относятся:

- аккредитивные операции (выплата денег третьей стороне по поручению клиента);
- операции с пластиковыми карточками;
- операции с банковскими чеками;
- предоставление банковских гарантий клиентам;
- факторинговые операции (покупка требований по поставке товаров и оказанию услуг до наступления срока);

– лизинговые операции (осуществление сдачи в аренду объектов движимого и недвижимого имущества или финансирование таких сделок клиентами банка);

– трастовые операции (например, управление ценными бумагами).

Специфической формой финансового предпринимательства для малого предпринимательства является *участие в потребительском кооперативе*. Здесь меньше государственного регулирования, поскольку в финансовых операциях кооператива (денежный вклад под проценты, срочное кредитование) могут участвовать только физические лица – члены кооператива. Поэтому условия вложений и кредитов для предпринимателей получаются более выгодными, чем при работе с банком. Однако и риски здесь выше: страхования вкладов, в отличие от банков, здесь нет. Риски могут быть компенсированы только хорошим знанием условий предпринимательства всеми членами кооператива и качественным постоянным контролем членами кооператива деятельности избираемых руководителей.

Страховое предпринимательство состоит в том, что предприниматель (страховщик) гарантирует страхователю за определенную плату компенсацию возможного ущерба имуществу, ценностям, здоровью в результате непредвиденного неблагоприятного случая. Предприниматель получает страховой взнос, который возвращает только при определенных обстоятельствах – при наступлении *страхового случая*. При рациональных соотношениях размера страхового взноса и страховой суммы с учетом вероятности возникновения страхового случая из оставшейся суммы взносов образуется доход предпринимателя.

Предпринимательство связано только с добровольными формами страхования, когда продаются услуги в виде страховой защиты. Выделяют три отрасли страхования:

- личное страхование,
- имущественное страхование,
- страхование ответственности.

Предприниматель как продавец страховых услуг (страховщик) предлагает через страхового агента приобрести страховые услуги

потенциальному покупателю (страхователю). Предпринимательский товар, страховая услуга, продается за плату, в обмен на которую страховщик выдает, а страхователь получает страховое свидетельство в виде договора страхования, именуемого страховым полисом, который удостоверяет право страхователя получить денежную компенсацию потерь в виде оговоренной страховой величины.

Большинство страхователей не будет иметь оснований запрашивать возмещение страховой суммы, так как фактических потерь у них не будет. Поэтому деньги, заплаченные этими страхователями, полностью переходят к предпринимателю-страховщику и используются для возмещения ущерба тем страхователям, которые пострадали, а также для формирования прибыли предпринимателя и покрытия тех затрат, которые связаны с предпринимательством (затраты на персонал, оплату помещения и т. д.).

Инвестиционное предпринимательство – это долгосрочное вложение капитала в перспективное дело. Оно подразделяется на два вида:

– финансовое, или вложение капитала в акции и другие ценные бумаги;

– реальное, или вложение капитала в создание новых материальных благ, то есть в производство продукции.

Инвестиционное предпринимательство предполагает образование нового капитала или чистое прибавление капитала к уже существующим благам.

Все рассмотренные выше виды предпринимательства тесно связаны между собой. Когда появляются свободные средства и их не хочется тратить, надо вспомнить про инфляцию, которая накопления достаточно быстро «усушивает». Чтобы деньги сохранить хотя бы до пенсии, их надо заставить работать – осуществить инвестиции в чей-то бизнес. Есть несколько способов, отраженных в табл. 16.

Многие предприятия испытывают трудности, связанные с привлечением долгосрочных финансовых ресурсов на покупку основных средств, а также с получением официальных налоговых льгот.

Способы сохранения накоплений

Способ	Минимальная сумма	Особенности	Риск
Банковский депозит	По правилам банка	Выгодность зависит от срока	Небольшой. Вклады до 1 млн 400 тыс. руб. страхует государство
Негосударственное пенсионное страхование	По правилам фонда	Счет надо периодически пополнять	Минимальный из-за жесткого госконтроля, но резко возрастающий с ростом инфляции
Участие в паевом инвестиционном фонде	От 30 тыс. руб.	Фонд управляет портфелем ценных бумаг, в уплату берет процент с дохода	Средний, но доходность, как правило, выше банковской
Самостоятельная игра на бирже	От 100 тыс. руб.	Спекуляция на ценах акций или курсах валют	Обычный биржевой риск
Доверительное управление активами	От 500 тыс. руб.	По предпочтениям клиента управляющая компания создает портфель ценных бумаг. Процент меньше, чем в паевом инв. фонде	Обычно выше, чем в паевом инвестиционном фонде
Создание бизнеса	Зависит от входного барьера	Будет много работы или мало прибыли	Самый большой

Способ	Минимальная сумма	Особенности	Риск
Покупка бизнеса	По товару и цена	Можно стать рантье, а можно осчастливить продавца. Надо прогнозировать и считать	Большой, но меньше, чем при создании бизнеса

Лизинг как особый инвестиционный и финансовый инструмент способен решить эту проблему. По форме договора лизинг – это отношения арендные, поскольку оформляются договором аренды. По экономическому содержанию лизинг – это отношения купли-продажи и кредита, когда производится замена договорных отношений купли-продажи в рассрочку договором аренды и таким образом реализуется налоговый смысл финансовой операции. При лизинге происходит следующее.

Финансовый посредник, купив имущество, номинально остается «инвестором», поскольку не перепродает его, а лишь сдает в аренду. Оставаясь «инвестором», финансовый посредник получает все налоговые преимущества настоящих инвесторов.

«Арендатор» играет роль пользователя имущества, оставляя финансовому посреднику возможность продемонстрировать инвестиции и получить из этого налоговые выгоды, то есть продает налоговые льготы, вытекающие из факта инвестиций.

Субъектами лизинга являются лизингодатель и лизингополучатель. *Лизингодатель* – физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных и (или) собственных 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.

Сложность лизинга в России состоит в том, что основные клиенты российских лизинговых компаний – это не преуспевающие фирмы, у которых предпринимательство хорошо налажено, а компании, которым нужно развивать предпринимательство, нужен рынок на рынке, при котором риски достаточно велики. Это ведет к тому, что большинство лизинговых проектов – штучная, а поэтому дорогая услуга. Более или менее распространен лизинг сельскохозяйственной техники, затем идут лизинг медицинской техники, автолизинг и лизинг компьютерной техники.

Торговля ценными бумагами производится на фондовых биржах. Сейчас в России насчитывается 101 фондовая биржа. Однако реальные торги ценными бумагами происходят только на четырех биржах. Из них наиболее крупные:

– Московская межбанковская валютная биржа (ММВБ), организующая торги как валютой, валютными фьючерсами, так и ценными бумагами и срочными контрактами. Это единственная биржа в России, на которой обращаются государственные облигации РФ (ГКО-ОФЗ). Она является крупнейшей биржей по объему торговли акциями. Сейчас это основная биржа и по торговле облигациями.

– Российская торговая система (РТС). До кризиса 1998 года РТС была основной биржей, организующей торги акциями российских эмитентов. Сейчас РТС – это главная срочная биржа (фондовые фьючерсы и опционы).

5.4. Предпринимательство в сфере услуг

В последние годы во всем мире все большее развитие получает предпринимательство в сфере услуг. Примерами такого предпринимательства являются телефонные справочные службы, услуги няни, переводчика. Подобные предприятия требуют незначи-

тельных капиталовложений. Другие услуги, например, гостиницы или спортивный бизнес, требуют больших инвестиций. Подобно торговле, услуги насчитывают сотни разных типов – от мастерских по ремонту обуви до проката автомобилей, от брачных консультантов до стоматологов.

Услуги – очень привлекательный бизнес для предпринимателей (см. табл. 17). В настоящее время именно в этой сфере идут активные инновационные процессы, которые сулят предпринимателям прибыли более высокие, чем в торговле. Часто предприниматель может в одиночку вести предприятие по предоставлению услуг; многие юристы, бухгалтеры, консультанты и программисты работают самостоятельно. Крупные предприятия имеют незначительную долю в этой сфере.

Предпринимательство в сфере услуг особенно сильно зависит от конъюнктурных факторов. Многие виды услуг выживают благодаря государственной поддержке и работе в кооперации с крупным производственным бизнесом.

Т а б л и ц а 17

**Преимущества и слабые стороны предпринимательства
в сфере услуг**

Сильные стороны	Слабые стороны
Гибкость и мобильность Относительная простота деловых операций Способность быстро аккумулировать ресурсы Высокий уровень рентабельности, особенно в сфере современных деловых услуг	Отдельные отрасли подвергаются значительному государственному регулированию Сильно зависит от конъюнктурных и политических факторов, а также от международных финансовых рынков Высокая зависимость от качества персонала

Особенности бизнесов в сфере услуг, *ориентированных в основном на жителей* и использующих массовую рекламу, приведены в табл. 18.

**Направления деловой активности в сфере услуг,
ориентированные на жителей**

Тип услуг	Особенности предпринимательства
Ремонтный бизнес	Стационарный бизнес занимается послепродажным сопровождением сложных технических товаров. Разъездной бизнес производит на месте электро- и сантехнические, дизайнерско-строительные работы
Тюнингový бизнес	Производит установку охранных и аудиосистем, совершенствует внутреннюю и внешнюю отделку автомобилей, включая автохудожественную роспись, а также улучшает характеристики подвески и двигателя
Клининговый бизнес	Производит с применением эффективных технологий бригадную уборку помещений и территорий, мытье стен и окон у граждан и корпоративных клиентов
Ресторанный бизнес	Организует высококачественное питание, часто с элементами развлечений. Недорогие рестораны иногда строятся по сетевому принципу
Релаксационный бизнес	Создает условия для активного отдыха в тренажерных залах, боулинг- и фитнес-центрах, бильярдных и т. д.
Индустрия имиджа	Формирует и поддерживает внешний вид клиентов в салонах красоты, парикмахерских, клиниках пластической хирургии
Медицинский бизнес	Производит высококачественное обследование и диагностику заболеваний; организует эффективное лечение за рамками стандартного, также путем широко признанного эксклюзивного медицинского обслуживания
Шоу-бизнес	Организует массовые представления на собственный риск и по корпоративным заявкам, «раскручивает» исполнителей-звезд (личности или коллективы)
Туристический бизнес	Предоставляет гражданам турагентские и туроператорские, а также связанные с ними вспомогательные услуги

Тип услуг	Особенности предпринимательства
Брачный бизнес	Кроме предоставления адресов и комплекта характеристик, брачные агентства зарабатывают переводом писем, уроками иностранного языка, доставкой подарков, а в случае позитивного развития отношений – услугами туристического характера
Антикварный бизнес	Антиквар на свой страх и риск, реже под заказ, производит поиск, оценку, экспертизу, иногда – реставрацию художественных ценностей и предметов коллекционирования. Покупателя может ждать долго
Бизнес рынка недвижимости	Специалисты-риэлторы рынка объектов вторичного рынка недвижимости при необходимости организуют реконструкцию, занимаются перепродажей или работают на комиссионных условиях
Образовательный бизнес	Реализует стандартные формы образования на особо высоком уровне. Создает, апробирует и продвигает новые, высокоэффективные формы подготовки и переподготовки специалистов
Радиобизнес	Уровень доходов (за рекламу) зависит от числа клиентов, для привлечения которых подбирается информационно-звуковой ряд (новости, музыка, радиоспектакли), рассчитанный на конкретную аудиторию

Виды предпринимательства в сфере услуг, *ориентированные в основном на организации*, отражены в табл. 19. Они часто используют избирательную адресную рекламу и прямые контакты.

**Направления деловой активности в сфере услуг,
ориентированные на организации**

Тип услуг	Особенности предпринимательства
Торговля бизнесами	Организует продажу готовых бизнесов, например, из числа перечисленных в табл. 18, 19, 20
Предпринимательство на рынке труда	Наряду с государственными центрами занятости осуществляет сбор вакансий, консультирование и поиск работы в соответствии с запросами граждан. Также ведет поиск специалистов по запросам работодателей
Аудит	Осуществляет независимые вневедомственные проверки бухгалтерской (финансовой) отчетности, платежно-расчетной документации, налоговых деклараций и других финансовых обязательств. Другие аудиторские услуги: постановка, восстановление и ведение бухгалтерского учета; составление отчетности; анализ финансово-хозяйственной деятельности; оценка активов и пассивов экономического субъекта; консультирование в вопросах законодательства и др.
Консалтинг	Предоставляет необходимую структурированную информацию для принятия экономически обоснованных управленческих решений по разнообразным экономическим и финансовым вопросам, проблемам осуществления инвестиций, услуг, аудиту, эффективного вложения средств
Инжиниринг	Обеспечивает эффективность капиталовложений, связанных с реализацией различных проектов (исследовательских, проектно-строительных, производственных, сбытовых), за счет наиболее рационального использования ресурсов, а также современных методов организации и управления. Различают четыре группы инжиниринговых фирм: инженерно-консультативные; инженерно-строительные; инженерно-исследовательские; консультативные по вопросам организации и управления

Тип услуг	Особенности предпринимательства
Девелопмент	Продвижение проектов, связанных с новой недвижимостью. Формируется команда участников проекта, ведется исследование рынка, маркетинг, проектирование, строительство, финансирование, управление имуществом. Финансовая схема крупных девелоперских проектов обычно представляет собой сложную комбинацию средств девелопера, привлеченных инвестиций, банковских кредитов и предарендных платежей от будущих арендаторов
Адвокатский бизнес	Регламентируется законом РФ. Обеспечивает полный комплекс услуг по судебному делу: правовую оценку, анализ обстоятельств дела и доказательств, участие в судебных заседаниях, обжалование судебных решений. Ведет сопровождение процедур банкротства, выпуска ценных бумаг, защиты личных прав и собственности
Рекламный бизнес	Осуществляет исследование и действия по продвижению товаров, личностей, услуг и мероприятий в средствах массовой информации с помощью специальных средств
Конгрессное предпринимательство	Организует массовые мероприятия: съезды, форумы, конгрессы, конференции. Обеспечивает нужные виды обслуживания: оповещение, транспорт, регистрацию, техническое и кадровое обеспечение (охрана, переводчики, модераторы), поселение, питание, развлечение и сувениры

Направления деловой активности бизнеса в сфере услуг, преимущественно среднего, и его особенности приведены в табл. 20.

Характеристика бизнеса в сфере услуг

Тип услуг	Особенности предпринимательства
Гостиничный бизнес	Предъявляемые к гостиницам разных категорий минимальные требования достаточно многочисленны. Они определены «Рекомендациями по международной гармонизации критериев гостиничной классификации», разработанными секретариатом Всемирной туристической организации. В высококлассных гостиницах расписаны стандарты поведения для сотрудников
Выставочный бизнес	Совмещает черты складского и конгрессного предпринимательства. Имеет стабильную тенденцию к росту выставочных площадей, поскольку наиболее эффективны крупные выставки и ярмарки
Санаторно-курортный бизнес	Развивается на основе уникальных географических, климатических и бальнеологических особенностей местности или отдельных объектов. Имеет, как правило, выраженный сезонный характер. Совмещает черты гостиничного, медицинского и конгрессного предпринимательства
Спортивный бизнес	Обладает спецификой подбора и подготовки кадров (спортсменов и тренеров в первую очередь). Требует содержания достаточно дорогой инфраструктуры. Во всем остальном сходен с шоу-предпринимательством
Телевизионный бизнес	Три источника дохода: спонсорство (в том числе государственное), реклама и (редко) абонентская плата. Уровень доходов зависит от числа клиентов, для привлечения которых создаются специальные адресно ориентированные телепродукты (сериалы, шоу)

РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

6.1. Понятие риска в предпринимательской деятельности

Любая предпринимательская деятельность так или иначе связана с возникновением рисков, поскольку неопределенность будущего является составляющей объективной реальности.

Согласно статье 2 Гражданского кодекса предпринимательская деятельность – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. На законодательном уровне установлено, что деятельность участников предпринимательства осуществляется в условиях неопределенности, которая не обязательно будет прибыльной, а зачастую будет приводить к убыткам. Это связано с тем, что предпринимателям приходится принимать решения в условиях конкуренции и рыночных отношений, последствия которых сложно спрогнозировать (рассчитать со стопроцентной вероятностью).

Риск – сложное явление, в основе которого лежат разные основы и предпосылки. Риск – понятие, имеющее своей причиной неопределенность и тесно связанное с вероятностными процессами вообще и в предпринимательстве в частности. Поэтому возможны различные определения понятия риска.

В нормативно-технической литературе дается четкое определение риска как сочетания вероятности события и его последствий. С точки зрения предпринимательской деятельности риск можно определить следующим образом:

риск – это опасность возникновения потерь как финансовых, так и материальных в связи с непредвиденными изменениями условий экономической деятельности, появлением неблагоприятных обстоятельств;

риск – потенциальная, численно измеримая возможность потери, причем под понятием риска понимается неопределенность, связанная с возможностью возникновения в ходе реализации проекта неблагоприятных ситуаций и последствий;

риск – вероятность возникновения потерь, убытков, неполучения запланированных доходов, прибыли;

риск – это неопределенность финансовых результатов конкретного предпринимательства в будущем.

В данных определениях четко заметна тесная связь риска, вероятности и неопределенности. Следовательно, для наиболее полного и точного раскрытия категории «риск» необходимо обосновать такие понятия, как «вероятность» и «неопределенность», поскольку оба они лежат в основе рисков.

Отечественный и зарубежный опыт в области предпринимательства показывает, что недооценка возникновения риска при ведении предпринимательства и принятие неверных решений сдерживает развитие дела, а в конечном итоге может приводить к банкротству. Проведение в России экономических реформ неминуемо воздействует на хозяйственную деятельность, изменяя ее среду в сторону неопределенности. Подобные преобразования привносят в предпринимательскую деятельность неясность и неуверенность в получении ожидаемой прибыли и приводит к возникновению и росту предпринимательского риска.

Экономические перемены в стране привели к тому, что государство отказалось от роли основного носителя риска и переложило практически всю ответственность на плечи предпринимателей. В условиях периодически возникающего кризиса российской экономики они вынуждены начинать свой бизнес с учетом неблагоприятных обстоятельств, которые в последующем могут негативно отразиться на прибыльности создаваемых предприятий.

6.2. Классификация рисков

В основе риска лежит вероятностная природа рыночной деятельности и неопределенность ситуации при ее осуществлении.

Точность измерения вероятностей зависит от наличия и качества статистических характеристик и возможности их использования для оценки будущих событий (при возможности сохранения условий, в которых происходят текущие и происходили прошлые события). Поскольку во многих случаях при принятии решений статистические данные весьма малы по объему или вообще отсутствуют, то вероятность в предпринимательстве определяется на основе предположения, основывающегося на суждении или личном опыте оценивающего (эксперта). Отсюда широкое варьирование субъективных вероятностей, которое объясняется спектром полученной информации или возможностей оперирования с одной и той же информацией.

Одного понятия вероятности для характеристики риска недостаточно: зависимость от объемов исходной информации и от субъекта ведет к тому, что к вероятностной ситуации добавляется неопределенность.

Неопределенность предполагает наличие факторов, при которых результаты действий не являются детерминированными, а степень возможного влияния этих факторов на результаты неизвестна (например, это неполнота или неточность информации).

Техническая неопределенность связана с надежностью оборудования, предсказуемостью производственных процессов, сложностью технологии, уровнем автоматизации и т. д. Она значительно меньше по сравнению с человеческой неопределенностью. Социальная неопределенность определяется стремлением людей образовывать социальные связи и помогать друг другу (либо сознательно противодействовать друг другу, в том числе вне норм права и этических устоев).

Факторы риска можно подразделить на внешние (законодательство, реакция рынка на выпускаемую продукцию, действия конкурентов) и внутренние (компетентность персонала фирмы, ошибочность определения характеристик проекта)

В силу факторного разнообразия четко разработанной классификации рисков не существует. Более того, насчитывается свыше 40 различных критериев рисков и свыше 220 видов рисков, так что

в экономической литературе нет единого понимания в этом вопросе. Тем не менее классификации предпринимательских рисков предлагаются.

Например, **по последствиям** принято разделять риски на три категории:

– *Допустимый риск* – риск решения, в результате неосуществления которого предприятию грозит потеря прибыли; в пределах этой зоны предпринимательская деятельность сохраняет свою экономическую целесообразность.

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

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

Кроме того, выделяется понятие неопределенного катастрофического риска – *форс-мажора*, каким оказалось, например, подводное землетрясение в декабре 2004 года в Индийском океане, которое нанесло колоссальный экономический урон сразу многим азиатским странам и привело к гибели более 400 тыс. человек. Очевидно, что причины для форс-мажора, то есть разрушительного для предпринимательства действия непреодолимой внешней силы, могут быть очень разнообразны.

Также выделяют **общие риски**, характерные для всех без исключения предпринимательских организаций, и **риски в определенных видах деятельности**, например в банковском деле, страховом бизнесе, производственном предпринимательстве и др.

Рассмотрим базовую классификацию рисков в зависимости от того, в какой области деятельности они проявляются. Согласно этой классификации понятие рисков делится на риски, связанные с производством (они формируют понятие производственных рис-

ков) и риски, связанные с непроизводительной деятельностью компании. В итоге это позволяет выделить следующие группы рисков: *производственные, политические, экономические, коммерческие, инвестиционные и проектные.*

6.2.1. Производственные риски

Многообразие производственных рисков вытекает из сложности современного производства. Выделяют:

- риск получения отрицательных результатов при проведении научно-исследовательских и проектных работ;
- риск недостижения запланированных параметров продукции (технических характеристик, себестоимости, технологичности изготовления) из-за проектно-конструкторских и технологических ошибок, ошибок планирования, снабжения, низкой квалификации работников и внутреннего мошенничества;
- риск нанесения ущерба окружающей среде (экологический риск);
- риск возникновения аварий, пожаров, поломок;
- риск нарушения функционирования объекта вследствие ошибок при проектировании и монтаже (для уникальных продуктов или сооружений).

Проявление производственных рисков может приводить к различным нежелательным последствиям: сокращению объемов производства, снижению цен выпускаемой продукции, к значительному удорожанию производства и др. Причинами производственного риска зачастую являются изношенность оборудования и основных производственных фондов; снижение контроля качества продукции; ошибки в подборе и подготовке персонала; несоблюдение партнерами договорных обязательств; несовершенная маркетинговая политика и др.

6.2.2. Политические риски

Такие риски возникают в силу действия естественных для любого государства общественных (иногда клановых и личностных) противоречий и недостаточно эффективной системы власти, когда исполнительная, законодательная и судебная ее ветви оказываются неспособными погасить возникшие проблемы.

В группу политических рисков входят:

- внешние риски, связанные с прямым властным вмешательством, военными действиями, гражданскими беспорядками, изменениями налоговых, акцизных, концессионных ставок;

- страховые риски, связанные с невозможностью застраховать существенные аспекты предпринимательства в силу действующего законодательства или сверхвысоких ставок страховщиков;

- валютные риски, связанные с установленными властью условиями конвертации валюты (квоты, принудительный курс и т. д.); валютные риски возникают, как правило, при совершении коммерческих операций предприятиями, ведущими внешнеэкономическую деятельность, и связаны с изменением обменного курса иностранных валют при проведении внешнеэкономических операций;

- юридические риски – потери, связанные с недостаточной полнотой действующего законодательства или с его изменением в период сделки; с несоответствием законодательств разных стран; с некорректно составленной документацией, из-за чего контрагент не в состоянии выполнять условия договора, и пр.

6.2.3. Экономические риски

Экономические риски возникают в силу различных внутренних и внешних экономических причин. К ним относятся:

- организационные риски – риски, связанные с ошибками менеджмента компании, ее сотрудников; с проблемами системы внутреннего контроля, плохо разработанными правилами работ и пр., то есть риски, связанные с внутренней организацией работы компании;

- ресурсные риски – риски, связанные с несоответствием ресурсов предпринимательства (материальных, финансовых, кадровых и т. д.) реальным проблемам и задачам;

- портфельные риски – риски неудачного набора отдельных предпринимательств или пакетов акций;

- кредитные риски – риск того, что контрагент не выполнит свои обязательства в срок. Эти риски существуют как у банков (классический риск невозврата кредита), так и у предприятий, имеющих дебиторскую задолженность, и у организаций, работающих на рынке ценных бумаг.

6.2.4. Коммерческие риски

Коммерческие риски связаны с нестабильностью экономической конъюнктуры. Это следующие риски:

- риск финансовых потерь из-за изменения цены товара – ценовой риск;
- риск снижения спроса на продукцию;
- трансляционный валютный риск;
- риск потери ликвидности.

Наиболее вероятен ценовой риск, источниками которого являются:

1. *Имеющиеся запасы.* В этом случае риск связан с владением реальными товарами и финансовыми инструментами, на которые не заключены сделки на продажу по фиксированной цене. Например, компания имеет запасы угля, которые теряют свою стоимость при падении цен.

2. *Запасы полуфабрикатов.* Эта категория рисков включает реальные товары, которые были переработаны и несколько отличаются от указанных в перечнях заключенного контракта.

3. *Будущая продукция.* В эту категорию входит объем производства товара в будущем, на который не заключена сделка. В этом случае риск падения цен затронет прибыльность производства. В некоторых случаях падение цены ниже уровня издержек производства приведет к убыткам для каждой произведенной единицы.

4. *Соглашения на закупку с фиксированной ценой.* Форвардные контракты, обязывающие покупателя принять товар или финансовый инструмент по фиксированной цене, создают для него ценовой риск при падении цен. Такие соглашения так же уязвимы к падениям цен, как и существующие запасы.

5. *Контракты на продажу с фиксированной ценой.* Они обязывают продавца поставить товар или финансовый инструмент в будущем по установленной цене. Например, американский импортер должен уплатить своему поставщику из Дании 50 тыс. евро за поставку оборудования через 3 месяца. В течение этого времени евро может подняться по отношению к доллару, и стоимость в долларах будет выше, чем планировалось, что для американского импортера уменьшит прибыль.

6. *Будущие закупки.* Производители нефтепродуктов несут риск возможного повышения цены при осуществлении закупок в будущие периоды.

Желания продавца не ограничиваются только продажей товара по высокой цене. Ему интересно и завоевание большей доли рынка в конкурентной борьбе, и получение преференций от государства (снижение налогов, получение льгот). Исходя из суммы интересов, продавец может проводить интервенции на рынке, играя на снижении цены для вытеснения более слабых конкурентов. А может и придержать товар для провоцирования роста цены на него.

Покупатель, в свою очередь, может проводить бойкот товара или, наоборот, ажиотажную скупку, провоцируя приток в данную нишу других продавцов для обострения конкуренции, а значит – последующего снижения цен.

С учетом этих и множества других факторов для снижения ценовых рисков используется система прогнозирования. Наиболее массово применяются фундаментальный и технический анализ.

Фундаментальный анализ позволяет прогнозировать динамику спроса и предложения на макроуровне. Он включает в себя анализ экономического и политического состояния стран, сезонные циклические факторы и т. д. Основной инструмент данного метода – набор макроэкономических индикаторов, организованных в имитационные или оптимизационные модели, дающие полное представление о текущем состоянии всех показателей рынка.

Технический анализ – это исследование динамики рынка, чаще всего посредством графиков. Обычно исследуются закономерности изменения трех рыночных факторов: цены, объема и открытого интереса. Основной упор делается на цену, другие факторы имеют второстепенное значение. Технический анализ достаточно удовлетворительно дает кратковременные прогнозы.

6.2.5. Инвестиционные риски

Необходимость эффективного движения капитала ведет к инвестиционным рискам, которые отражают опасность возникновения финансовых потерь, возникающих вследствие снижения доходности

реальных инвестиций и сформированного портфеля ценных бумаг. Среди инвестиционных рисков выделяют:

- капитальный риск – риск невозможности своевременно без потерь вывести из оборота необходимые средства;
- селективный риск – риск вложить средства в неэффективную отрасль или неудачный проект;
- процентный риск – риск неблагоприятного изменения процентных ставок на финансовом рынке, что приводит к снижению прибыли по проектам;
- страновой риск – риск неудачного выбора страны для инвестиций в силу ее инфраструктурных, экономических или политических особенностей;
- инфляционный риск – риск неверной оценки уровня инфляции для выбранной валюты предпринимательства;
- временной риск – риск произвести инвестиционный проект в неподходящий момент времени в силу сезонных, политических, экономических или технологических (появилась новая технология) причин.

6.2.6. Проектные риски

Любое развитие и крупное изменение в предпринимательстве носит проектный характер.

Перечислим часто встречающиеся риски проектов:

- ошибки специалистов в определении стоимости и объемов работ; начальная неопределенность в ценообразовании на некоторые виды работ и услуг;
- искусственное завышение привлекаемыми специалистами продолжительности и объема работы;
- резкое повышение арендной платы в ходе проекта за используемое оборудование (весьма распространенная в России ситуация);
- ошибки при закупках оборудования, монтаже, эксплуатации, а также организации производства, планирования, снабжения, сбыта;
- неправильная мотивация персонала и управление коллективом; загруженность привлекаемых специалистов в других проектах;

- внутреннее мошенничество;
- срыв графика работ;
- изменения требований заказчика;
- большой процент брака на выходе некоторых (особенно новых) технологических процессов;
- неритмичное финансирование из-за юридических ограничений.

У каждого проекта два родителя: заказчик и исполнитель. Точки зрения на проект у них неодинаковы, как неодинаковы риски участников и риски выгоды, получаемой от проекта. Специфические риски заказчика проекта и исполнителя проекта рассмотрены в табл. 21 и 22.

Т а б л и ц а 21

Риски заказчика проекта

Риск	Содержание	
Нет соответствия проекта сумме интересов заказчика	Описание риска	Результат будет отличаться от поставленной задачи
	Возможные причины	Ошибочный выбор исполнителя. Различия в толковании результатов проекта между исполнителем и заказчиком. Нечеткая формулировка задачи. Отсутствие документов, описывающих задачу
	Вероятный результат	Неполное использование результатов проекта, вплоть до отказа от использования. Рост срока окупаемости
	Меры профилактики	Тщательная постановка задачи. Сдача проекта по этапам. Постоянный анализ того, что получается
Ошибка в требованиях	Описание риска	Задача была сформулирована с ошибками, препятствующими ее реализации
	Возможные причины	Технические ошибки. Недостаточно серьезная предпроектная работа.

Риск	Содержание	
		Неграмотность экспертов. Экономия на уточнениях и подробностях
	Вероятный результат	Невозможность создания ключевых решений проекта. Непрогнозируемый рост расходов. Крах проекта
	Меры профилактики	Экспертиза постановки задачи (в том числе независимыми экспертами). Пилотные проекты, позволяющие проверить технические решения
Потеря актуальности	Описание риска	Задача неактуальна или потеряет актуальность к моменту окончания проекта
	Возможные причины	Недостаточно серьезная предпроектная работа. Негибкость выбранного технического решения. Оторванность проекта от предпринимательства компании
	Вероятный результат	Отказ от использования проекта
	Меры профилактики	Перед началом проекта обязательно надо подготовить обоснование проекта, в котором описано его место в стратегии развития предпринимательства компании. Даже крупные проекты нужно делить на небольшие этапы, которые внедряют постепенно

Риски исполнителя проекта

Риск	Содержание	
Отсутствие выгоды	Описание риска	Превышение бюджета проекта
	Возможные причины	Заложенный в проект бюджет был нереализуем. Бюджет вырос по мере развития проекта, прежде всего за счет постоянных изменений
	Вероятный результат	Затягивание проекта. Угроза финансовому благополучию компании
	Меры профилактики	Постоянно отслеживать стоимость проекта. Внедрять управление изменениями. Четко оговаривать условия проекта
Нельзя внедрить	Описание риска	Отчуждение проекта заказчиком
	Возможные причины	Недостатки избранной политики внедрения: со стороны исполнителя, со стороны заказчика
	Вероятный результат	Проваленный проект
	Меры профилактики	Формулировка политики внедрения. Участие в выработке политики внедрения заказчика. Вовлечение в проект будущих пользователей
Нельзя завершить	Описание риска	Постоянные изменения, инициируемые заказчиком
	Возможные причины	Отсутствие дисциплины проекта
	Вероятный результат	Проваленный проект

Риск	Содержание	
	Меры профилактики	Как можно раньше вовлечь в проект будущих пользователей. Внедрять управленческие изменения

В основе распределения проектных рисков лежат договорные механизмы. При этом следует учитывать простое соображение: конкретные риски должны возлагаться на ту сторону, которая в большей степени может оценить риск, контролировать и регулировать его. В договоре, являющемся основным юридическим документом проекта, необходимо не только четко описать наиболее значительные риски, но и разделить ответственность за них и определить, кто и что будет делать в случае их возникновения и как распределить наносимый рисками ущерб.

6.3. Потери от рисков

Потери в сфере предпринимательской деятельности классифицируются на ряд разновидностей: материальные, трудовые, финансовые, потери времени, специальные (прочие) виды потерь.

Материальные потери проявляются в дополнительных (против плана, норматива, государственных или фирменных стандартов) затратах, прямых потерях продукции, оборудования, имущества, сырья, топлива, энергии. По отношению к каждому виду потерь применимы свои единицы измерения (шт., т, п. м., квт/ч и т. д.).

Трудовые потери представляют собой потери рабочего времени, вызванные случайными, непредвиденными обстоятельствами. Для измерения этих потерь используются такие единицы измерения, как норма-часы, человеко-часы, человеко-дни или просто часы рабочего времени. Перевод трудовых потерь в стоимостное выражение осуществляется путем умножения количества потерянных трудочасов на стоимость одного часа.

Финансовые потери – это прямые денежные потери, связанные с не предусмотренными какими-либо документами (расчетами, планом) платежами, а именно с выплатой штрафов, пени, неустоек; уплатой дополнительных налогов; потерей денежных средств и ценных бумаг. Кроме того, финансовые потери могут иметь место и в следующих случаях: при недополучении или неполучении денег из предусмотренных источников их поступления; при невозврате долгов; при неоплате покупателем поставленной ему продукции; при уменьшении выручки вследствие снижения цен на реализуемую продукцию.

Особая группа финансовых потерь связана с инфляцией, изменением валютного курса рубля, дополнительным изъятием средств предприятий в государственный (республиканский, местный) бюджет.

Потери времени возникают тогда, когда процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем это было предусмотрено планом. Прямая оценка таких потерь осуществляется в единицах времени запаздывания конечного результата (экономического, производственного, трудового). Чтобы перенести оценку потерь времени в стоимостное измерение, необходимо установить, к каким потерям дохода от предпринимательства способны приводить случайные потери времени.

Специальные виды потерь проявляются в виде нанесения морального ущерба, ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу (имиджу) предприятия (торговой марке) и в виде других неблагоприятных социальных и морально-психологических последствий. Часто эти виды потерь очень трудно определить в количественном и тем более в стоимостном выражении.

В зарубежной практике при определении величины причиненного морального ущерба ориентируются на имевшие место прецеденты.

Часто весьма трудно сколько-нибудь достоверно спрогнозировать не только непредвиденные потери в рыночной экономике, но и потери, обусловленные воровством, рэкетом, коррупцией.

Особое место занимают потери предпринимателя, обусловленные недобросовестностью или несостоятельностью компаньонов.

Риск оказаться обманутым в сделке или столкнуться с неплатежеспособностью должника, невозвратностью долга достаточно велик. Это сопряжено обычно с разного рода потерями.

6.4. Оценка рисков и управление рисками

Некоторые виды рисков поддаются точному расчету, но есть и неоднозначные риски, которые содержат неизвестные переменные, усложняющие процесс принятия решения. От умения предпринимателя анализировать риски и управлять ими зависит успех его предприятия. Ни один предприниматель не сможет избежать рисков, поэтому он должен уметь своевременно оценить их, попытаться смягчить последствия и предотвратить возможный ущерб.

Действия предпринимателя в условиях рынка характеризуются выбранной им заранее реализуемой экономической стратегией с учетом имеющихся ресурсов и действующего законодательства. Существует, как минимум, **два подхода к управлению рисками**.

Одни предприниматели при возникновении неопределенности предпочитают *избегать риска* и пытаются *адаптироваться* к изменяющимся обстоятельствам. Чаще всего такими коммерческими структурами являются предприятия, опирающиеся на имеющиеся хозяйственные связи.

Другим подходом является *готовность рисковать* в условиях неопределенности, быстро подбирая необходимых партнеров и умело распоряжаясь имеющимися ресурсами. К такому подходу, как правило, прибегают вновь создаваемые коммерческие организации, создающие развитые связи с другими субъектами предпринимательства и обширную специализацию.

К основным **способам оценки риска** относятся статистический, экспертный и расчетно-аналитический способы.

Сбор и анализ статистических данных по аналогичным видам предпринимательской деятельности позволяет установить предполагаемые уровни потерь.

Метод экспертных оценок позволяет обработать позиции квалифицированных специалистов в области предпринимательства

и установить таким образом уровни вероятных потерь, а также показатели риска.

Расчетно-аналитические методы определения показателей риска основаны на теоретических представлениях (например, используются некоторые элементы теории игр). В основном эти способы применяются при определении страхового и игрового риска.

Можно выделить **ряд принципов управления рисками**:

– техническая и маркетинговая грамотность. Необходимо использовать и регулярно проверять новые решения, сохраняя разумный баланс между готовыми и вновь разрабатываемыми (где большие риски и обычно большая цена);

– создание резервов;

– установление лимитов;

– снижение целевого уровня риска;

– разграничение функций и ответственности. Подразделение, отвечающее за качество, должно отличаться от подразделения, отвечающего за сроки.

Гарантировать снижение риска можно с помощью внесения предоплаты, сумма которой будет использоваться для покрытия дефицита в случае реализации потенциального риска – скачка цен, невозврата кредита или неуплаты по обязательствам, возникновения операционных ошибок. Можно не только обезопасить свое финансовое положение с помощью создания резервов для покрытия рисков, но и ограничить сам уровень риска (уровень цен, размер кредитов и т. д.) путем установления пределов изменения параметров, могущих стать источниками риска – лимитов изменения расчетных цен, лимитов на контрагента и т. д. Таким образом гарантируется достаточность имеющихся резервов.

Как правило, все системы управления рисками имеют следующие **режимы функционирования**:

– обычный режим, по умолчанию применяемый в обычных условиях хозяйственной деятельности;

– режим контроля, применяемый к организации, подразделению, группе подразделений, при накоплении сигналов о концентрации рисков, по особым решениям руководства и т. д.;

– чрезвычайный режим, применяемый по отношению ко всей организации без исключения при сигнале о превышении допустимого уровня концентрации рисков;

– режим тестирования – режим испытания системы управления рисками, внедрения новых процедур, устанавливаемый по решению руководства.

Необходимо, чтобы методы действия в чрезвычайной обстановке были согласованы между собой и по мере возможности испытаны в режиме тестирования.

6.5. Способы снижения рисков в предпринимательстве

Высокая степень риска проекта приводит к необходимости поиска путей ее искусственного снижения. В практике управления проектами применяют большое количество способов снижения риска:

- диверсификация;
- распределение риска между участниками проекта;
- резервирование средств;
- страхование;
- хеджирование;
- франчайзинг.

Под *диверсификацией* понимается инвестирование финансовых средств в более чем один вид активов, то есть это процесс распределения инвестируемых средств между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой. Предприятия могут переориентировать производство на изготовление иной продукции, подготавливая запасные варианты развития фирмы.

Распределение риска между участниками проекта заключается в передаче риска партнеру, который имеет большой опыт в области управления и снижения рисков.

Одним из способов снижения риска в предпринимательской деятельности является *резервирование средств*, которое заключается в создании фонда из собственных средств предпринимателя

на покрытие возможных убытков. Важная задача при резервировании средств – определение оптимального соотношения риска и объема запасов, необходимого для покрытия предполагаемых убытков.

Результаты работы предпринимателя зависят от принимаемых им решений. Выбор оптимального решения зависит от различных объективных и субъективных факторов. Большую роль в принятии решений при ведении предпринимательства играют личностные качества, умения и навыки предпринимателя. Знания в области оценки ущерба и управления рисками дают предпринимателю конкурентные преимущества, позволяют значительно снизить степень риска и добиться высоких результатов при ведении предпринимательства.

Страхование, хеджирование и франчайзинг как способы снижения рисков в предпринимательстве рассмотрим более детально.

6.5.1. Страхование

Согласно ФЗ РФ от 27 ноября 1992 года № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» страхование – это отношения по защите интересов физических и юридических лиц, Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплаченных страховых премий (страховых взносов), а также за счет иных средств страховщиков. По своей сути страхование – это передача некоторых рисков страховой компании, которая выплачивает компенсацию на покрытие убытков предпринимателю из средств страхового фонда.

Страхование – необходимый элемент рынка, так как рынок потенциально содержит риск. Страхование – это средство защиты предпринимательства и одновременно предпринимательство, в котором страховщик и страхователь «играют в одной команде»: им в равной мере выгодно, чтобы страхового события не произошло. Профессиональный страховщик материально заинтересован в процветании своего партнера по предпринимательству и работает на его успех. Кроме того, страховое предпринимательство – мощнейший стратегический инструмент обеспечения социальной стабиль-

ности общества. Аккумулированные страховщиком материальные и финансовые ресурсы не только используются на возмещение ущерба, но и являются стабильным источником инвестиций в экономику.

Страховые технологии служат важным фактором стимулирования производственной активности и обеспечения здорового образа жизни. Страховщики заинтересованы в предупреждении страховых случаев, и немало научно-технических открытий было сделано благодаря их стремлению к безопасности. Так что страхование стимулирует экономический прогресс.

Порядок страхования в Российской Федерации регламентируется страховым и гражданским законодательством. В широком смысле слова *личное страхование* – это страхование, в котором страховым случаем признается событие в жизни конкретного человека (рождение, смерть, вступление в брак, травма, увечье, достижение определенного возраста и т. д.). Личное страхование, в свою очередь, подразделяется на *страхование жизни* и *страхование от несчастных случаев*.

В *имущественном страховании* объектом страховых отношений выступает имущество. Можно застраховать как личное имущество, так и имущество, находящееся в пользовании или предоставленное под ответственность гражданина на какой-то срок. Например, при грузоперевозках экспедиторы часто страхуют сохранность вверенных им грузов в пользу грузовладельца.

Еще одна отрасль страхования – *страхование ответственности перед третьими лицами*. Смысл этого вида страхования состоит в защите экономических интересов страхователя в случае, если ему придется кому-то возмещать убытки. Страхование ответственности перед третьими лицами не предусматривает установленной страховой суммы и конкретного выгодоприобретателя. И то и другое выявляется только при наступлении страхового случая, когда вред, причиненный третьим лицам, становится очевиден.

Одним из видов страхования и важнейшим механизмом по перераспределению рисков является *перестрахование*. Перестрахование позволяет компенсировать колебания и сокращать потенциал ущерба. Это система экономических отношений, в соответствии

с которой страховщик, принимая на страхование риски, часть ответственности по ним (с учетом своих финансовых возможностей) передает другим страховщикам с целью обеспечения общей финансовой устойчивости и рентабельности.

Наиболее надежными являются перестраховочные компании, которые обслуживают весь мир, например Кельнское или Мюнхенское перестраховочные общества. Катаклизмы в отдельных точках земного шара никак не отражаются на их финансовой стабильности, поскольку их риск перераспределен по всей территории земного шара.

Таким образом, перестрахование снижает риск и увеличивает стабильность, с одной стороны, и уменьшает поступления страховых сборов, поскольку часть из них уходит на обеспечение перестраховочной защиты, – с другой.

6.5.2. Хеджирование

Суть хеджирования заключается в страховании риска воздействия неблагоприятных изменений на финансовом рынке путем фиксирования цены исходя из рыночной ситуации на момент подписания договора между партнерами.

Хеджирование – это использование одного инструмента для снижения риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого, связанного с первым инструмента, или на генерируемые им денежные потоки. В качестве хеджируемого актива может выступать товар или финансовый актив, имеющийся в наличии или планируемый к приобретению или производству. Инструмент хеджирования выбирается таким образом, чтобы неблагоприятные изменения цены хеджируемого актива или связанных с ним денежных потоков компенсировались изменением соответствующих параметров хеджирующего актива.

В зависимости от формы организации торговли все инструменты хеджирования можно разделить на биржевые и внебиржевые.

Внебиржевые инструменты хеджирования – это в первую очередь форвардные контракты и товарные свопы. Сделки этих типов заключаются напрямую между контрагентами или при посредничестве дилера (например, дилера по свопам).

Биржевые инструменты хеджирования – это товарные фьючерсы и опционы на них (колл и пут). Торговля этими инструментами производится на специализированных торговых площадках (биржах); существенным моментом при этом является то, что одной из сторон в каждой сделке купли-продажи является Расчетная палата биржи, гарантирующая выполнение как продавцом, так и покупателем своих обязательств. Основное требование к биржевым товарам – возможность их стандартизации. К стандартизируемым товарам относятся в первую очередь нефть и нефтепродукты, газ, цветные и драгоценные металлы, а также продовольственные товары (зерновые, мясо, сахар, какао и т. п.).

Характеристики биржевых и внебиржевых инструментов хеджирования приведены в табл. 23.

Т а б л и ц а 23

**Достоинства и недостатки
внебиржевых и биржевых инструментов хеджирования**

Инструменты хеджирования	Характеристики инструментов
Внебиржевые	<p>Достоинства: в максимальной степени учитывают требования конкретного клиента к типу товара, размеру партии и условиям поставки</p> <hr/> <p>Недостатки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) низкая ликвидность – расторжение ранее заключенной сделкой сопряжено, как правило, со значительными материальными издержками; 2) относительно высокие накладные расходы, существенные ограничения на минимальный размер партии, сложности поиска контрагента; 3) в случае заключения прямых сделок между продавцом и покупателем возникает риск невыполнения сторонами своих обязательств
Биржевые	<p>Достоинства:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) высокая ликвидность рынка (позиция может быть открыта и ликвидирована в любой момент);

Инструменты хеджирования	Характеристики инструментов
	2) высокая надежность – контрагентом по каждой сделке выступает расчетная палата биржи; 3) сравнительно низкие накладные расходы на совершение сделки; 4) доступность – с помощью средств телекоммуникации торговля на большинстве бирж может вестись из любой точки планеты
	Недостатки: весьма жесткие ограничения на тип товара, размеры партии, условия и срок поставки

Колл-опционы дают право купить определенное количество акций по определенной цене до истечения определенного срока – обычно в течение нескольких месяцев. Пут-опционы, напротив, дают право продать.

Хотя целью хеджирования является снижение ценового риска, полностью исключить зависимость реального актива от неблагоприятного движения цены на рынке обычно не удастся. Более того, недостаточно проработанная стратегия хеджирования может увеличить подверженность компании ценовому риску.

Основной тип риска, свойственный хеджированию, это риск, связанный с непараллельным движением цены реального актива и соответствующего срочного инструмента. Иными словами – с изменчивостью базиса. Базисный риск присутствует из-за различного действия закона спроса и предложения на наличном и срочном рынках. Базисный риск также вызывается административными ограничениями на максимальные дневные колебания фьючерсной цены, установленные на некоторых биржах, когда разница между фьючерсной ценой и ценой спот может быть достаточно большой.

Другим типом риска, с которым хеджирование бессильно бороться, является системный риск, связанный с непрогнозируемым изменением законодательства, введением пошлин и акцизов и т. д.

В этих случаях хеджирование может только усугубить ситуацию, так как открытые срочные позиции не дают экспортеру возможности снизить негативное влияние этих действий путем сокращения объема поставок.

Несмотря на издержки, связанные с хеджированием, и многочисленные трудности, с которыми компания может встретиться при разработке и реализации стратегии хеджирования, его роль в обеспечении стабильного развития очень велика: происходит существенное снижение ценового риска, связанного с закупками сырья и поставкой готовой продукции.

Хеджирование процентных ставок и обменных курсов снижает неопределенность будущих финансовых потоков и обеспечивает более эффективный финансовый менеджмент. Минимизируя риски, хеджирование высвобождает ресурсы компании и помогает управленческому персоналу сосредоточиться на аспектах предпринимательства, в которых компания имеет конкурентное преимущество.

6.5.3. Франчайзинг

Франчайзинг возникает на базе двустороннего контракта, в соответствии с которым крупной компанией малой фирме выдается лицензия (франшиза) на производство или продажу товара под маркой этой крупной компании.

При этом объединяются преимущества крупного производства (экономия на управленческих расходах, рекламе, затратах на внедрение новых технологий и видов продукции, обучение персонала) и малого предпринимательства (высокая «проникающая» способность возможных локальных контактов и знание местных условий).

Оплачивая лицензию (франшизу) и связывая себя обязательствами по соблюдению установленных стандартов качества, малое предприятие получает взамен значительную поддержку от «родительской» фирмы: в сфере маркетинга, обучении кадров, менеджменте, техническом содействии (в том числе совместном использовании оборудования), снабжении и т. д. Обычно крупные франчайзеры обеспечивают своих франчайзи оборудованием на условиях лизинга.

Подобная форма взаимодействия получила широкое распространение на Западе: в США, например, франшизные фирмы составляют 80 % предприятий розничной торговли. Размер роялти (премия франчайзеру) обычно составляет 1,5–3 % от торгового оборота.

Франчайзинг получил развитие в России главным образом в виде представительства крупных иностранных фирм («Baskin Robbins», «Pizza-Hut»). И лишь в отдельных случаях («Русское бистро», «Золотой петушок») система франчайзинга организовалась полностью на отечественной почве.

Одной из причин этого являются высокие предпринимательские риски, связанные с возможностью нанесения ущерба торговой марке плохой или недобросовестной работой франчайзи. Так что франчайзинг по-прежнему остается для большинства отечественных компаний явлением относительно редким.

ЛИЧНОСТЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

7.1. Личностные качества предпринимателя

Три основные роли определяют личностные качества в предпринимательстве: роль предпринимателя, роль владельца бизнеса и роль управляющего бизнесом.

Наиболее яркая роль – предпринимательская, когда один человек является и владельцем, и менеджером своего дела. Жизнь предпринимателя, как правило, очень напряженная и в физическом, и в интеллектуальном, и в эмоциональном срезе. В ней много неожиданных проблем, долго выдерживать ее трудно. Считается, что период яркой, успешной предпринимательской деятельности занимает 10–15 лет, после чего удачливый предприниматель переходит на позицию «собирателя сливок» – наслаждающегося жизнью владельца бизнеса. Однако привычка к работе не исчезает, поэтому многие успешные предприниматели впоследствии становятся крупными политиками или меценатами.

Для оценки профессионального личностного типа уже давно во всем мире применяют методику американского ученого Джона Голланда (J. L. Holland). Согласно своей концепции Д. Голланд выделил **6 типов социальной направленности личности**:

1. *Реалистический тип* – несоциальный, ориентированный на настоящее, эмоционально стабильный, занимающийся конкретными объектами (вещами, инструментами, машинами), отдает предпочтение занятиям, требующим моторной ловкости, конкретности. Развиты математические, невербальные способности. Такие люди обладают атлетическими или механическими возможностями, любят работать с механизмами, техникой. Для них характерно наличие подвижности, настойчивости, связь с техникой. Общение не является ведущим в структуре деятельности.

2. *Интеллектуальный тип* – асоциален, аналитичен, рационален, независим, оригинален. Преобладают теоретические ценности, любит решать задачи, требующие абстрактного мышления. Гармонично развиты вербальные и невербальные способности. Эти люди любят учиться, исследовать, наблюдать, анализировать, принимать решения. Профессионалы данного типа не склонны ориентироваться на социальные нормы. Общение для них не является ведущим видом деятельности. Коммуникативные и организаторские способности развиты слабо, но зато прекрасно развиты исполнительские качества.

3. *Социальный тип* – обладает социальными умениями, нуждается в контактах. Черты его характера: стремление поучать и воспитывать, психологический настрой на человека, гуманность. Представитель данного типа старается держаться в стороне от интеллектуальных проблем; активен, но часто зависим от мнения группы людей. Проблемы решает, опираясь на эмоции, чувства, умение общаться. Обладает хорошими вербальными способностями. Люди социального типа искусны в речах, любят работать с людьми, контактны, коммуникабельны, любят разъяснять, оказывать помощь и работать вместе с людьми. Математические способности развиты слабее. Люди этого типа ориентированы на труд, главным содержанием которого является взаимодействие с другими людьми, возможность решать задачи, предполагающие анализ поведения людей и их обучение, требующие постоянного контакта и общения с людьми, способностей к убеждению.

4. *Конвенциональный тип (обычный тип)* – предпочитает четко структурированную деятельность. Не проявляет критичность, оригинальность, консервативен, зависим, не любит смену деятельности. Слабо развиты организаторские способности, преобладают математические способности. Любит расчеты, вычисления, работу с фактами, предпринимательскую деятельность, связанную с систематическим манипулированием данными, цифровой информацией, записями. Почтительно относится к инструкциям. Профессионалы данного типа практичны, конкретны, не любят отступать от задуманного, энергичны, ориентированы на социальные нормы.

Предпочитают четко определенную деятельность, выбирают из окружающей среды цели и задачи, поставленные перед ними обычаями и обществом.

5. *Предприимчивый тип* – избирает цели, которые позволяют проявить энергию, энтузиазм, импульсивность, любит приключения. Представитель данного типа доминантен, любит признание, любит руководить. Ему не нравится практический труд, а также занятия, требующие интеллектуальных усилий, усидчивости. Хорошо решает задачи, связанные с руководством, статусом и властью, предприимчив и агрессивен, обладает хорошими вербальными способностями. Этим людям свойственно оказывать влияние на других ради экономической и организационной выгоды. Отдают предпочтение работе, позволяющей управлять, влиять. Профессионалы данного типа находчивы, практичны, быстро ориентируются в сложной обстановке, склонны к самостоятельному принятию решений, социальной активности, лидерству; имеют тягу к приключениям (возможно, авантюрным).

6. *Артистический тип* – опирается на эмоции, воображение, интуицию; имеет сложный взгляд на жизнь. Независим в решениях, оригинален. Высоко развиты моторные и вербальные способности. Для представителей данного типа характерен высокий жизненный идеал с утверждением своего «я». Он асоциален в том смысле, что не придерживается условностей общества. Представители артистического типа любят учиться, находиться в неформализованных ситуациях, обладают способностями к творчеству. Это экспрессивные, оригинальные люди, обладающие умением представлять что-либо или кого-либо, с богатым воображением и тонкой интуицией. Отношения с людьми строят, опираясь на свои ощущения, эмоции, воображение, интуицию. Обладают хорошей реакцией и обостренным восприятием. Любят и умеют общаться.

Приведенное деление по Д. Голланду достаточно условно, но оно не хуже других, тем более, что в каждом человеке сочетается обычно несколько типов личности. Как правило, один из них преобладает. Разобраться в своем типе можно на основе специальных тестов.

Многие **врожденные качества** практически неизменяемы. Среди природных индивидуально-типологических свойств наиболее изучены в настоящее время *сила – слабость* (то есть степень выносливости, работоспособности нервной системы, ее устойчивость к различного рода помехам) и *подвижность – инертность нервных процессов* (то есть скорость смены и скорость протекания процессов возбуждения и торможения).

При наличии сильной или слабой, подвижной или инертной нервной системы при разных условиях жизни, воспитания, обучения могут возникнуть разные психологические черты личности. Сильную нервную систему характеризует высокая работоспособность. Другими словами, нервные клетки длительное время могут воспринимать и передавать нервные импульсы, не переходя в тормозное состояние, «не уставая». Для слабой нервной системы характерна низкая работоспособность нервных клеток, они быстрее истощаются. Эти свойства нервной системы имеют соответствующие проявления в деятельности, поведении человека.

Людам со слабой нервной системой не следует выбирать профессии, в которых реально возможно возникновение аварийных, экстремальных, опасных для жизни ситуаций. Лица со слабой нервной системой имеют и определенные преимущества. Так, многие «слабые» обладают гораздо более высокой чувствительностью по сравнению с «сильными», ориентированы на высокую точность, тщательность выполнения деятельности, на более строгий контроль за качеством выполнения. Они гораздо лучше, продуктивнее и с меньшими затратами справляются с элементами однообразной, монотонной работы. Преимущества «слабых» проявляются при овладении профессиями, в которых главное – взаимоотношения с другими людьми, общение (то есть коммуникативные качества).

Для многих профессий учет врожденных особенностей людей необходим не для отбора, а для нахождения наиболее подходящего рабочего поста или выработки оптимального индивидуального стиля деятельности, который позволяет максимально эксплуатировать природные данные и компенсировать недостатки.

В зависимости от особенностей нервных процессов можно теоретически вывести 24 типа темперамента, но практически чаще всего наблюдаются те четыре типа, которые известны давно из классического учения о темпераментах.

Сангвинический тип темперамента характеризуется энергией и большой работоспособностью; сангвинику подходит работа, в которой много разнообразия, которая постоянно ставит перед ним новые задачи. Он готов все время действовать и что-то организовывать, поэтому ему подходят руководящие должности. Работая, он может легко сосредоточиться и так же легко переключиться с одной работы на другую. Однако сангвиники обычно не склонны вникать в детали и не переносят однообразия.

Холерик отличается вспыльчивостью и порывистостью, работу выполняет с большим внутренним напряжением, очень энергично, полностью отдаваясь своей деятельности, однако свою огромную энергию распределяет неравномерно. Поэтому ему подходит цикличная деятельность, периодически требующая большой затраты энергии, связанная с напряжением и опасностью, но обязательно чередующаяся с более спокойной работой.

Флегматик спокоен и уравновешен, он упорный и старательный работник, однако только в той области, к которой он привык. Ему не подходит работа, отличающаяся большим разнообразием, зато монотонная деятельность (например, работа на конвейере) трудности для него не представляет. Флегматик работает неторопливо, но может достичь хороших результатов благодаря своей твердости, настойчивости и продуманной организации собственного труда.

Меланхолика характеризует низкий порог ощущения и повышенная чувствительность к внешним раздражителям. Обычно у него низкая работоспособность, он не хочет брать на себя обязательства, так как боится, что не сумеет их выполнить. Предпочитает работать в одиночку. Благодаря своей высокой чувствительности он легко улавливает и понимает тонкости в поведении людей, окружающем его мире, а также в искусстве, литературе, музыке. Меланхолику подходит работа, требующая внимания, умения вникнуть

и проработать мельчайшие детали. Ему противопоказана деятельность, требующая значительного напряжения, связанная с неожиданностями и осложнениями. За пультом управления электростанцией или в диспетчерской аэропорта ему лучше не находиться.

Во всех странах удельный вес предпринимателей среди активного населения не превышает 5–7 %. Рассмотрим последовательно все возможные **стартовые варианты пути предпринимателя**:

1. *Выбор пути под давлением обстоятельств.* Предполагает обычно полную смену характера деятельности как единственный реальный выход.

2. *Путь из специалистов в предприниматели.* В целом характер деятельности сохраняется. Такой вариант достаточно часто встречается и в российском, и в западном предпринимательстве. Типичный сценарий: человек, работающий наемным специалистом (торговый агент, коммерческий директор, дилер и др.), в какой-то момент понимает, что его знания и опыт предпринимательской деятельности позволяют ему вести бизнес независимо от «хозяина».

3. *«Инкубаторные» предприниматели.* Этот вариант пока еще редкость на российской почве, но хорошо известен и распространен в странах, осознавших роль малого предпринимательства в развитии экономики. В рамках государственных программ поддержки развития предпринимательства создаются специализированные центры, бизнес-инкубаторы, в которых все желающие рискнуть и попробовать себя в этой сфере деятельности проходят подготовку и обучение, в полном соответствии с теорией пишут бизнес-планы будущих предприятий и, сдав экзамены, начинают свое дело, пользуясь на первых порах поддержкой государства в виде льготных кредитов, налоговых освобождений и т. п.

4. *Предприниматели по традиции.* Пока еле заметный, а точнее, хорошо забытый у нас в стране способ вхождения в предпринимательскую деятельность, поскольку он предполагает передачу дела по наследству. В этой ситуации важно, что будущий предприниматель исходно знает о предназначенной ему судьбе, живет в атмосфере предпринимательской деятельности родителей или

родственников, с детства усваивает часть опыта и, главное, этику ведения дел.

5. *Предприниматели «по природе»*. Среди множества людей, приходящих в предпринимательство, существуют и такие, у которых ярко выраженный «дух предпринимательства» является естественной предпосылкой выбора пути (5-й тип по Голланду). Важно, впрочем, то, что у подобных людей в целом не больше шансов пройти классический предпринимательский путь дальше или успешнее, чем у других.

Наиболее успешными в предпринимательстве оказываются личности сангвинического (реже холерического) темперамента с комбинацией черт интеллектуального и предприимчивого типов по классификации Д. Голланда.

Предпринимательство начинается всегда с конкретной ситуации, в которой требования жизни встречаются с устремлениями и возможностями человека. Говорить о том, что из этих двух факторов важнее, бессмысленно. Выяснить, какие качества априори окажутся полезны, неразумно: будущего мы не знаем. У предпринимателя, в силу конкретности вида его деятельности, могут доминировать черты любого голландовского типа при наличии хорошо развитого рационального мышления (бизнес счет любит!). Однако люди с предпринимательской жилкой в любых обстоятельствах (и даже в советскую эпоху) наиболее ярко демонстрировали свои устремления.

В работах американского исследователя Сиднея Леккера (S. Lacker), изучавшего личностные характеристики множества предпринимателей и высокооплачиваемых адвокатов, управляющих, консультантов, биржевых игроков и других профессионалов, выделен тип личности «Money Personality», что в контексте его работ лучше всего перевести как «личность, притягивающая деньги». Задавшись вопросом, есть ли что-то исключительное, что отличает таких людей от других категорий его клиентов, С. Леккер отвечает на него утвердительно и выделяет семь личностных особенностей, составляющих, по его мнению, суть этих людей.

Личностные свойства финансово успешных людей по С. Леккеру следующие:

1. Такие люди *не боятся величин*. Их не смущают ни большие числа, ни масштабные проекты, ни высокопоставленные люди или большие авторитеты рядом с ними.

2. Эти люди *знают, как ставить простые цели*. Они не отвлекаются на задачи, не совпадающие с центральной линией развития их предприятия.

3. У этих людей наблюдается специфическая черта мышления, известная психологам как *«независимость от поля»*. Иными словами, их не способно смутить изобилие фоновых деталей в процессах обсуждения и планирования. Когда другие люди видят в чем-то путаницу или нагромождение данных, финансово успешные личности быстро выхватывают из этой мешанины ключевую информацию.

4. Людей типа «Money Personality» отличает также *развитое абстрактное мышление*: они способны в уме манипулировать сложными построениями, связывающими организации, функции и продукты.

5. Вместе с тем эти люди обладают *толерантностью к неопределенности* и способны двигаться вперед на основе неполной информации. В результате они чаще других оказываются первыми в «захвате добычи», а это, в свою очередь, приносит им уважение других людей, желающих последовать за ними в будущем.

6. Возможно, считает С. Леккер, наиболее существенная черта финансово успешных людей – уникальное *чувство тотальной ответственности*. Хотя они прекрасно понимают важность делегирования власти другим людям, но при этом ясно осознают и то, что никому нельзя делегировать чувство собственной ответственности. Если в бизнесе возникают проблемы, такие люди знают, что это их дело и их ответственность, и тогда они могут проявить жесткость. Жесткость – такая же необходимая черта предпринимателя, как волк – необходимый элемент лесной жизни. Можно достаточно долго быть плохим политиком, чиновником или ученым, но вряд ли долго продержится плохой предприниматель.

Предпринимательство и бизнес признают только тех, кто действует быстро, энергично, правильно, то есть тотально ответственно.

7. У этой категории людей есть две взаимосвязанные черты. Они *не испытывают никакого чувства вины из-за своей жадности к достижению успеха* и комфортно уживаются с мыслью о том, что они выдающиеся люди и имеют большее, чем кто-либо иной, право на богатство.

Если наблюдения С. Леккера применить к типологии Д. Голланда, получим сочетания личностных качеств, наиболее благоприятные для предпринимательства (табл. 24).

Т а б л и ц а 24

**Характерные для предпринимателей
комбинации личностных черт по С. Леккеру
и типов личности по Д. Голланду**

№ черты личности по С. Леккеру	Тип личности по Д. Голланду
1	Реалистический
2	Интеллектуальный
3	Интеллектуальный
4	Интеллектуальный
5	Предприимчивый
6	Социальный
7	Артистический

Однако не следует думать, что только такие комбинации черт личности являются единственно подходящими для предпринимательской деятельности. Существует множество других примеров. Кроме того, громадное значение имеют такие факторы, как чувство долга взявших на себя ответственность, воля решившихся, везение упорных. Эти факторы могут многократно усилить все остальные личностные достоинства предпринимателя.

7.2. Владеть и управлять

Как известно, среди менеджеров российских компаний малого и среднего бизнеса преобладают предприниматели-собственники. Чаще всего они совмещают функции и стратегического планирования, и оперативного руководства. Такое совмещение имеет свои достоинства и недостатки (см. табл. 25).

Т а б л и ц а 25

Достоинства и недостатки деятельности управленца-собственника

Достоинства	Недостатки
Решения принимаются быстро и однозначно	1. Принимаемые решения однообразны и могут быть недостаточно взвешенными. 2. Нельзя быть непревзойденным специалистом во всех нужных сферах (бухгалтерии, финансах, маркетинге, производстве и т. д.)
Присутствует «личный» элемент предпринимателя-собственника, без которого компания может потерять существенную часть конкурентного преимущества	Если владелец – личность «нездоровая», не цельная, то в коллективе это возводится в степень и распространяется с потрясающей скоростью
Готовность рисковать – максимальная	Риск иногда доводит до нарушения закона. Наибольший риск приносит наибольшие потери
Единовластие снижает риск потери собственности	Владелец, не имея возможности «отлучиться» от предпринимательства хотя бы на время, становится его заложником
Единоначалие уменьшает силу центробежных процессов в коллективе, обеспечивает полный контроль над всеми аспектами работы компании	1. Рутинная и оперативная работа не дают собственнику возможности повышать свою квалификацию, «прорабатывать» будущее компании, тогда как в силу конкурентной борьбы стратегическому

Достоинства	Недостатки
	<p>планированию необходимо уделять повышенное внимание.</p> <p>2. При единоначалии обычно устанавливается один определенный стиль управления, а он может стать неэффективным.</p> <p>3. С ростом компании контроль становится все более трудоемким</p>
<p>1. Перспективы компании (развитие или удержание завоеванных позиций, сворачивание или продажа) зреют в одной голове и поэтому видятся однозначными.</p> <p>2. Оперативная деятельность адекватна целям</p>	<p>Возможности в достижении какой-либо новой цели, особенно если цель – рост компании, имеют предел. Все новое – это изменения, а значит, ими надо управлять, постоянно преодолевать чье-то сопротивление</p>

На стадии зрелости фирмы замедляются темпы роста основных показателей ее деятельности, хотя высокий потенциал для их улучшения имеется. Чтобы реализовать этот потенциал, необходимо провести множество преобразований в организационной структуре, производстве, маркетинге: стратегия завоевания прочных позиций на рынке меняется на лидерскую стратегию.

Генерирование изменений требует от владельца предпринимательской структуры разносторонних профессиональных знаний, а реализация изменений – огромных управленческих усилий. В одиночку ежедневно и управлять фирмой, и думать о ее перспективах уже нереально. Таким собственникам нужен наемный менеджер для совместного управления фирмой. Однако у сотрудничества с наемным управленцем тоже есть свои положительные и отрицательные стороны (см. табл. 26).

Стратегически мыслящим собственникам не нужен помощник-исполнитель, им нужен партнер. И поэтому такие «продвинутые» собственники тратят массу сил и времени на то, чтобы понять, как можно снизить вероятность проявления отрицательных

Достоинства и недостатки деятельности наемного управленца

Достоинства	Недостатки
Принимаемые решения имеют шанс быть рассмотренными с многих сторон, поскольку присутствует плюрализм мнений. Всякий раз могут браться за основу различные варианты решений	Процесс принятия решений происходит медленнее, так как требует дополнительных согласований с владельцем. При быстрой динамике развития бизнеса время – один из главных факторов успеха
Новым наемным менеджером может быть привнесен свой «личностный» элемент. Если он положителен, то это может стать дополнительным достоинством фирмы	Если управленец неупорядочный, то он может мгновенно «заразить» всю компанию и уничтожить ранее сформировавшуюся организационную культуру, свести к нулю предыдущие усилия владельца по ее становлению
При удачном разделении функций, ответственности и полномочий владелец больше внимания уделяет стратегическому планированию, осуществляет внешнюю переговорную и представительскую функцию	Есть опасность искажения целей при их неправильной «передаче» владельцем или неправильном понимании менеджером. Соответственно оперативное управление может быть искажено. При чрезмерном разделении функций и ответственности может возникнуть ситуация, которую ни собственник, ни менеджер не контролирует
Владелец может заняться разработкой и воплощением своих новых предпринимательских идей	Контроль со стороны собственника не полный. Возрастает риск мошенничества со стороны наемного менеджера, вплоть до полной потери владельцем своего бизнеса. Однако тотальный контроль со стороны собственника делает из менеджера простого исполнителя
Присутствие наемного менеджера зачастую делает работу фирмы пусть	Готовность менеджера рисковать невысока. Он предпочтет не поте-

Достоинства	Недостатки
и менее доходной, но зато более стабильной и «прозрачной»	рять то, что есть, хотя доходы от менее рискованных операций и сделок обычно ниже
Менеджер более взвешенно относится к расходам	Управление затратами ведет к чрезмерной экономии, при которой сужаются перспективы развития фирмы
Стили управления собственника и наемного менеджера могут взаимно дополнять друг друга, обогащая тем самым организационную культуру и внешний имидж фирмы	Возможно, собственник и менеджер будут постоянно соревноваться друг с другом в завоевании большего авторитета у подчиненных и влияния на них

сторон сотрудничества с наемным менеджером. Но собственник и наемный менеджер должны быть единым целым, оба должны прилагать усилия в направлении взаимовыгодного и эффективного сотрудничества в сфере управления. Взаимная выгода заключается в достижении каждым из них своих личных целей, а они очень разные. Под эффективностью подразумевается дальнейшее развитие фирмы, увеличение ее конкурентоспособности.

Незаменимость менеджера – это сплав его результативности, управляемости и лояльности к основному собственнику. Владелец ожидает от сотрудничества с наемным менеджером как минимум сохранения предприятия и в идеале – его развития, повышения конкурентоспособности. Менеджер рассчитывает на высокую компенсацию и поддержание своей профессиональной репутации. Поскольку эти цели взаимозависимы, то один должен, насколько возможно, способствовать другому в достижении его цели.

Приведем **6 факторов эффективного сотрудничества** владельца и наемного менеджера:

1. *Личностная совместимость*: взаимное уважение и доверие; желание и умение договариваться друг с другом, соблюдение

достигнутых договоренностей; схожесть жизненных ценностей; совместная работа по укреплению авторитета друг друга.

2. *Профессиональная база для сотрудничества*: совпадение взглядов на управление людьми, в том числе на систему мотивации персонала; умение создавать команду и работать в ней; совместная разработка планов стратегического развития; готовность к изменениям и к сопротивлению изменениям со стороны персонала.

3. *Этическая база для сотрудничества*: передача владельцем менеджеру не только функций, но также полномочий и ответственности, готовность к обсуждению трудностей, неудач и к совместному поиску выхода из кризисных ситуаций, открытое обсуждение подозрений и обид.

4. *Сопричастность бизнесу*: и владелец, и менеджер должны быть искренне преданны фирме; они должны уметь отказываться от сиюминутных побед ради серьезного результата в будущем.

5. Когда все описанное выше выполняется, тогда *наемный менеджер в целом не нуждается в контроле*: отчеты и планы нужны владельцу только для анализа изменения параметров предприятия для принятия управленческих решений и оценки адекватности оперативных действий изменениям внешней среды и стратегическим планам фирмы.

6. *Взаимная оценка*: собственник оценивает выполнение менеджером задач, поставленных перед ним владельцем компании; согласование действий на основе оценок менеджера и собственника.

Взаимоотношения участников бизнес-процесса существенно усложняются в случае проведения крупных инноваций. Автор плодотворной инновации часто не является ни собственником бизнеса, готовым стать инвестором, ни квалифицированным менеджером. Для оценки качества инновации инвестор нуждается в квалифицированном независимом эксперте. Необходимо гармонизировать отношения автора инновации, менеджера, эксперта и инвестора. Поэтому **круг основных проблем инновационного процесса** довольно широк:

1. *Проблема первоначального отбора*. Данных, представляемых автором инновации, должно быть достаточно хотя бы для предварительной оценки эффективности капитальных вложений в инновации.

2. *Проблема справедливого распределения.* Идея, не подкрепленная достоверным бизнес-планом и организационными возможностями, должна оцениваться, как правило, исключительно из сверхприбыли, полученной за счет монопольного использования инновационной идеи. Справедливое распределение доходов от инновации между автором инновации, инвестором и менеджером является достаточно трудной задачей.

3. *Проблема достоверности экспертизы.* Экспертиза должна учитывать реальные возможности внедрения инновации, включая, возможно, договоры о намерениях с производителями или заинтересованной властью.

4. *Проблема ответственности эксперта.* Эксперт должен нести реальную (с учетом нормальных рисков) ответственность за достоверность экспертизы.

5. *Проблема необходимости менеджера.* На этапе внедрения необходима специализированная административная группа организации процесса и реализации инновации во главе с лидером-менеджером.

6. *Проблема ответственности менеджера.* Менеджер также должен нести ответственность за выполнение процедуры производства и реализации инновации.

7. *Проблема оптимизации расходов инвестора.* Должен быть соблюден баланс расходов, рисков и предполагаемых доходов инвесторов, возможно за счет участия эксперта и менеджера в инновации.

8. *Проблема контроля инвестора.* Инвестор должен иметь эффективные механизмы контроля за ходом инновационного процесса.

7.3. Выстраивание отношений с «неудобными» для бизнеса людьми

В предпринимательстве и бизнесе приходится иметь дело с разными людьми, причем нередко со многими из них (а это могут быть партнеры, инвесторы, поставщики, клиенты) по каким-либо

причинам нельзя разорвать отношения несмотря на явную проблемность контактов. В таких случаях приходится формировать специальную стратегию личных и деловых отношений (табл. 27). И все это во имя бизнеса.

Т а б л и ц а 27

**Стратегии отношений с «неудобными»
для предпринимательства людьми**

Тип «неудобной» личности	Характеристика типа личности и обусловленный им риск	Способ парирования риска
«Флюгер»	Человек, сильно подверженный внешним (относительно задач бизнеса) влияниям. Риск незавершения совместного дела	Держать на коротком поводке; контролировать и настаивать
«Простак»	Недостаточный уровень образования или умственного развития в нужной сфере (в других сферах может быть гением); упрощенное понимание проблем. Риск крупных ошибок	Своевременно предметно учить и контролировать поступки
«Недотрога»	Человек боится, что его идею (решение, находку) похитят и оставят его ни с чем. Риск агрессивной бездеятельности из-за возникших опасений	Успокоить, приучить, использовать вовне
«Знайка»	Очень большой теоретик, не склонный к активной деятельности интеллектуал, для которого мысленное решение проблемы ценнее реальности. Риск потери времени из-за рассуждений вместо действий	Использовать по случаю, воспитывать практичность
«Аккуратист»	Выраженный конвенциональный тип с большим самомнением. Риск поиска виновников вместо простых, но быстрых решений	Использовать для выполнения контрольных и рутинных функций

Тип «неудобной» личности	Характеристика типа личности и обусловленный им риск	Способ парирования риска
«Философ»	Типичный Манилов, не склонный к проектному подходу; мечтает и много говорит. Риск даже не начать согласованное дело	Вывести из дела или найти нишу (например, представительскую)
«Изобретатель»	Ставит свои изобретения и «великие мысли» выше согласованных требований и сроков. Оптимист и труженик, что подкупает. Рассматривает предпринимательство только как способ реализации своих инновационных решений. Риск срыва сроков работ	Отделить и использовать под жестким контролем
«Инопланетянин»	Не имеет прочных интересов в предпринимательстве (сделке, инновации). Если ему интересно, он готов нести небольшие потери, но в любой момент способен бросить дело исходя из своих, никому не ведомых причин. Риск неожиданного провала	Избавляться или найти безопасную для предпринимательства и бизнеса нишу
«Врун»	Человек с большой фантазией или обманщик (границу не всегда легко провести). Риск больших потерь в силу общей дезинформации	Избавляться или найти безопасную для предпринимательства нишу
«Тормоз»	Медленное вхождение в проблему при несомненном уме. Риск срыва сроков работ	Жесткое планирование деятельности и контроль

7.4. Бизнес-карьеря

7.4.1. Общие замечания

Деловые качества человека развиваются в течение всей его жизни. Три фактора позволяют делать это естественным образом:

- использование жизненного опыта;
- ориентация на успех;
- принципиальная требовательность.

Упор на жизненный опыт формирует стабильный внутренний мир и характер человека. Надо постоянно обращаться к своему жизненному опыту и соотносить его с опытом других и социальной реальностью. Необходимо как можно чаще отмечать, что, когда, при каких обстоятельствах и каким образом что-то удалось, а в чем пришлось потерпеть фиаско. Ведение дневника этому сильно способствует. Чем полнее и интереснее жизнь человека, тем она полезнее для развития деловых качеств.

Анализируя свой жизненный опыт и делая выводы на будущее, следует ориентироваться на успех. Разумный оптимизм надо развивать. Испытывая страх потерпеть неудачу, вообще не следует начинать никакое дело. Люди, которые ориентируются на успех, как правило, руководствуются реальной оценкой своих шансов на достижение цели и поэтому ставят перед собой выполнимые, хотя, может быть, и умеренные задачи. Тот, кто ставит перед собой завышенные цели, обрекает себя на постоянную борьбу с неудачами. Постепенность способствует успеху.

Для стратегии удачной карьеры полезно руководствоваться следующими **рекомендациями**:

1. Нет ничего хуже, чем отказываться от самого себя, жить чужой жизнью, чужими идеями. Необходимо отбросить установку «Я такой, какой вам нужен» и руководствоваться принципом «Я такой, какой Я есть». Уже одно сознание своей самооценности укрепляет уверенность и придает силы.

2. Доверять надо себе, но постоянно прислушиваясь к мнению других. Не надо сдерживать свою активность, она обязательно окупится.

3. Есть способности, о которых человек даже не подозревает и которые обнаруживаются лишь в конкретном опыте жизни.

4. Уверенный в себе человек не стремится самоутвердиться за счет других, давая психологически и унижая. Он старается стать лучше, чем он есть сам, а не стать лучше других всегда и во всем, как ведут себя невротики.

На сложном пути саморазвития в предпринимательстве и бизнесе следует сохранять свои принципы. Границы главного и неглавного размыты. Ситуативно приходится отказываться от всего второстепенного – «пустяков», «мелочей», «моментов», особенно во имя более значимой цели.

Возраст – значимый фактор развития и проявления человеческих способностей. Современных достоверных исследований для российского бизнеса в этой области нет. Однако публикации о вакансиях на руководящие должности в бизнесе почти всегда задают временной интервал возраста кандидатов.

В связи со сказанным полезно вспомнить прошлое. Знаменитый русский предприниматель Александр Васильевич Чичкин, построивший в 1910 году самый крупный в Европе молочный завод, создал всемирно известную систему пожизненного найма работников, позже заимствованную Японией, сформулировав пять этапов развития кадров с учетом возраста работников (см. табл. 28).

Себя А. В. Чичкин считал «навечно застрявшим» на 2-м этапе. Но Чичкин и его коллеги занимались одним стабильно растущим делом (все же начало XX века), тогда как современный бизнес регулярно обновляется. Впрочем, и современные предприниматели, у которых меняется область интересов, имеют большие шансы каждый раз «заскакивать» на 2-й этап. Тем не менее общая тенденция, когда предприниматель полностью «изнашивается» за 15 лет, со времен А. В. Чичкина не изменилась.

7.4.2. Вход в бизнес-карьеру

В табл. 29 приведены данные американской статистики на конец XX века о неудачах начинающих предпринимателей. Российским условиям она не вполне соответствует, но очень поучительна.

Система развития кадров по А. В. Чичкину

№ этапа	Возраст работника (лет)	Название этапа	Содержание карьерных интересов
1	До 20	Рождение мечты и любви к профессии	Профессиональное определение и подготовка
2	20–24	Энтузиазм	Развитие деловой инициативности
3	25–30	Честолюбие	Достижение авторитета
4	30–40	Спокойное ожидание	Стабильный рост в обстановке завоеванных льгот
5	40–65	Исполнение мечты и желаний	Максимальный профессионализм, повышенная реакция на внимание, при этом участвующий в бизнесе человек часто начинает испытывать негативные чувства
5а	Около 45	Исполнение мечты и желаний	Беспокойство
5б	Около 50	Исполнение мечты и желаний	Озадаченность перед новыми проблемами
5в	Около 55	Исполнение мечты и желаний	Охлаждение к работе (при этом заработок может быть любим, это не меняет отношения к делу)
5г	Около 60	Исполнение мечты и желаний	Отвращение к профессии

Чтобы понять, какие условия необходимы для удачного начала карьеры в бизнесе, лучше всего проанализировать требования, которые предъявляются к будущим лидерам-предпринимателям (см. табл. 30).

**Причины неудач начинающих американских предпринимателей
в конце XX века**

Доля неудач, %	Причины деловых неудач	Комментарии
44	Некомпетентность (физическая, моральная, интеллектуальная)	Необходимость длительного напряженного труда может не соответствовать типу личности, и это очень трудно преодолеть
17	Отсутствие управленческого опыта в работе с кадрами и другими ресурсами	Нехватка своевременного опыта может быть компенсирована специальной учебной и целевыми тренировками
16	Несбалансированный опыт (в маркетинге, финансах, снабжении, производстве) для системного ведения бизнеса	В сумме знаний каждый пробел может оказаться фатальным. Нужно иметь качественное (для данного бизнеса) образование или реальный опыт
15	Отсутствие опыта в отрасли (незнание тонкостей нового дела)	Важна расчетливая осторожность: совместить активность и проникновение в тонкости дела трудно, но можно
1	Небрежность в работе (из-за плохого воспитания, здоровья, семейных проблем)	То, что допустимо в частной жизни, предпринимательство жестко карает. Снизить риски может только сила воли и самоотверженная преданность делу
1	Мошенничество или бедствие	Надо быть готовым и к этому

Здесь следует напомнить также, что хороших бизнес-руководителей всегда не хватает и спрос постоянно превышает предложение.

Система требований к предпринимателю-руководителю

№ п/п	Характеристики личности предпринимателя	Комментарии
1	Образование	Как говорят менеджеры по персоналу, «интересны выпускники с «сильным» образованием». Дипломы престижных вузов открывают двери компаний. Другие – нет
2	Знание иностранного языка, особенно в случае западного работодателя	Чаще всего требуется английский язык. Ежегодно выпускаются тысячи специалистов, достаточно свободно говорящих по-английски. Так что отсутствие знания языка (не только английского) – большое препятствие, но хорошее знание языка – лишь одно из достоинств
3	Внутренняя энергия (или, как стало модно говорить, драйв)	К работе можно подходить формально, четко и правильно выполнять должностные инструкции. Это важно. Но сотрудник с «драйвом», человек, который горит желанием работать, с энтузиазмом относится к делу, обязанностям, поручениям, более интересен
4	Креативность	Это способность к творчеству, способность предлагать новые решения, находить нестандартные методы, особенно в работе, связанной с частыми инновациями. Да и во всех сферах предпринимательства творческий подход приветствуется
5	«Упертость»	Это нацеленность на достижение результата. Умение доводить начатое до конца, способность приложить все силы для выполнения задуманного или порученного – важнейшее предпринимательское качество. Какие бы сложности ни встречались при выполнении задачи, она обязательно должна быть выполнена, во-первых, с требуемым качеством и, во-вторых, в оговоренный срок

№ п/п	Характеристики личности предпринимателя	Комментарии
6	Деловая устойчивость, сопротивляемость неудачам	Шел человек, упал, поднялся, отряхнулся и пошел дальше к цели. Например, при коллективном обсуждении рабочей ситуации предложенное вами решение вызвало смех и неодобрение коллег. Вы обиделись и перестали участвовать в дальнейшем обсуждении. Сопротивляемости не хватило. А ваша мысль была самой правильной, хотя и не очень ясно сформулированной. В проблемных ситуациях такое бывает часто: самые умные решения отвергаются в силу их новизны. Нужно уметь не обижаться и упорно отстаивать свою точку зрения
7	Лидерство	Перспективного менеджера берут на работу за его потенциал, в надежде на то, что через несколько лет он станет ценным руководителем. Человек, умеющий организовать других людей, особенно ценен для компании
8	Способность к командной работе	Во многих компаниях существует проектная система управления. Над проектом работают несколько человек, и успешность его выполнения зависит от каждого из участников. Команда может формироваться на короткий срок, и привыкать друг к другу некогда. Поэтому важно умение быстро уживаться с другими, находить общий язык, ощущать себя единой командой, когда «Один за всех и все за одного»
9	Коммуникабельность	Навыки общения – важнейшие для человека, так как нет такой сферы деятельности, где бы нам ни приходилось общаться друг с другом. Суметь заставить других слушать себя, научиться презентовать себя, уметь отстаивать свою точку зрения – вот необходимый каждому минимум коммуникативных навыков

Очевидно, что названные в табл. 30 качества руководителя не всегда органически совмещаются. Так, трудно быть лидером, то есть быть впереди всех, и сильным коммуникатором, то есть находиться среди всех на равных. Невозможно также одновременно быть сильно «упертым», то есть идти напролом, и креативным, то есть легко и естественно искать пути обхода. В итоге именно врожденная сумма качеств во многом определяет как сферу, так и наилучшее место деятельности человека.

7.4.3. Развитие деловых качеств

Предпринимателю необходимо постоянно совершенствовать свои деловые качества: работать над самооценкой, развивать умение прогнозировать последствия своих действий и решений, совершенствовать навыки делового общения.

Самооценка личности непосредственно связана с *уровнем ее притязаний*, степенью трудности достижения тех целей, которые она перед собой ставит. Резкое расхождение между притязаниями и реальными возможностями личности, когда первые являются намного завышенными, провоцирует эмоциональные срывы, тревожность и страх.

Привычка просчитывать все и вся – неотъемлемый компонент менталитета предпринимателя. От скорости и точности расчета зависит получение прибыли, возможность получения кредита под убедительно составленный бизнес-план, своевременная оценка нового предложения или мимолетно промелькнувшей возможности и т. д. По мере развития бизнес-организации точная рациональность тоже развивается и углубляется. Это значит, что навыки точной рациональности (счетности) индивидуального мышления предпринимателя отчетливо трансформируются в точную рациональность действий организации, которую предприниматель использует в качестве инструмента реализации своих планов.

В бизнесе нет такого понятия, как «правила общения с особо важными лицами». В отношениях с начальниками надо соблюдать такой же деловой этикет и проявлять такую же любезность, как и в отношениях с сослуживцами, клиентами, заказчиками,

поставщиками и с любым другим человеком, с которым сложились деловые отношения.

Напомним основные **правила делового этикета**:

1. Не позволяйте эмоциям одерживать верх над здравым смыслом. Несмотря ни на что оставайтесь профессионалом и никогда не сжигайте за собой мосты.

2. Когда обсуждается сложный вопрос, держитесь как можно увереннее. Слушайте, устанавливайте зрительный контакт. Сосредоточьтесь на положительных аспектах, общих интересах и поговорите о перспективах.

3. Помните, что в некоторых случаях молчание действительно дороже золота.

4. Сохраняйте позитивный настрой ума. Это позволяет всегда выглядеть профессионально.

5. Контроль времени, пунктуальность – также важнейшая черта предпринимателя. Пусть ваши часы немного спешат.

В жизни предпринимателя неизбежны различного рода публичные выступления, когда приходится чувствовать себя как на сцене. Это может быть его собственное выступление, или он может оказаться в роли модератора выступлений других людей. Для таких случаев есть хорошо проверенные правила:

1. Текст или тезисы своего выступления готовят заранее.

2. Составляя или изучая список выступающих, полезно узнать заранее их биографические данные, необходимые для представления или контакта.

3. Полезно отрепетировать то, что предполагаете сказать, чтобы ваши заявления и пояснения выглядели естественно и были похожи на импровизацию.

4. Представляя или приглашая выступающих, каждого надо приветствовать (возможно, с рукопожатием), а после выступления благодарить.

ЗАЩИТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

8.1. Смысл и цели защиты предпринимательской деятельности

Управление безопасностью необходимо для любых организаций независимо от форм их собственности – начиная с государственных организаций и заканчивая маленькой палаткой, занимающей розничной торговлей. Различие будет состоять лишь в средствах и методах защиты.

Суть защиты – обеспечение экономической стабильности в деятельности предприятия, то есть безопасность предприятия – это состояние защищенности его жизненно важных интересов от внутренних и внешних угроз (источников опасности). Подобная защищенность достигается применением комплекса мер правового, экономического, организационного, инженерно-технического и социально-психологического характера.

Предприниматели являются представителями той части общества, на которую направлены преступные посягательства криминальных и противозаконно действующих коммерческих структур, корыстных и недобросовестных чиновников и которая нуждается в надежной системе безопасности.

Рейтинг обращений предпринимателей за помощью в охранные фирмы выглядит следующим образом (по убывающей):

- 1) проблема возврата средств (не поступает плата за отгруженный товар, не поступает оплаченный товар, не возвращается в указанный срок кредит);
- 2) проблема личной безопасности предпринимателей и членов их семей в связи с угрозами и вымогательством;
- 3) хищение грузов;
- 4) кражи личного имущества в квартирах, офисах, коттеджах, загородных строениях; ограбления; угоны автомобилей;

5) похищение коммерческой информации (кража документов, их копирование, съем информации с компьютеров и факсов, прослушивание и запись телефонных сообщений, разговоров в помещениях, подкуп сотрудников);

б) кражи и ограбления в магазинах, складских и производственных помещениях; порча имущества и товаров; поджоги.

Безопасность предпринимательской деятельности сегодня – это прежде всего вычисление и всесторонний анализ угроз деятельности предприятия; прогноз коммерческих рисков и создание системы мер защиты и минимизации таких рисков.

Угрозами считаются не только такие очевидные факты, как, например, посягательство на личность – грабеж, рэкет или физическое насилие, то есть те, которые имеют явно криминальный характер, но и такие неочевидные факты, как недобросовестность деловых партнеров и некомпетентность персонала, необоснованные претензии налоговых либо правоохранительных органов и т. д.

Правовая защита персонала, материальных и экономических интересов предприятия от преступных посягательств обеспечивается на основе норм Уголовного и Уголовно-процессуального кодексов, законов Российской Федерации о прокуратуре, о федеральной службе безопасности, о полиции, об оперативно-розыскной деятельности, о частной детективной и охранной деятельности, об оружии и др.

У правоохранительных органов неизбежен интерес к любым действиям, нарушающим действующее законодательство. Поэтому предпринимателям надо постоянно контролировать, какие их действия могут быть расценены различными контролирующими государственными органами, например налоговой инспекцией, как сомнительные или противоправные. Однако налоговое законодательство неоднозначно, что позволяет налогоплательщикам, налоговым органам и судам понимать его по-своему. Проверяя результаты налоговых проверок, Счетная палата РФ регулярно выявляет то, что и налогоплательщики, и налоговые инспекции нарушают налоговое законодательство. Причем после рассмотрения исков налогоплательщиков к проверяющим суды в трех из четырех слу-

чаев признают претензии налоговых органов необоснованными. Так что защита нужна и от власти.

Интерес криминальных структур к предпринимательской деятельности возникает просто в силу ее специфики, и избежать общения с ними вряд ли удастся. Так что надо заранее оценить свои силы. Необходимо помнить, что риск привлечь к себе повышенное внимание преступных группировок растет при использовании предпринимателями методов, нарушающих требования законодательства или деловой этики.

Но даже если предпринимательская деятельность ведется по всем правилам, все равно есть риск встретиться с криминальным давлением. Такое давление может возникнуть и в случае проявления непосредственного интереса к деятельности фирмы со стороны криминальных структур, и как форма недобросовестной конкуренции, поскольку часто недобросовестная конкуренция осуществляется не только незаконными методами, но и с использованием криминальных структур. Кроме того, предприятие, а вернее его финансовые средства, представляют большой интерес для разного рода мошенников, деятельность которых также следует считать криминальной.

8.2. Внутреннее мошенничество как угроза предпринимательству

Мошенничество – хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана. При этом под обманом понимается как сознательное искажение истины (активный обман), так и умолчание об истине (пассивный обман). В обоих случаях обманутая жертва сама передает свое имущество мошеннику.

Хищение, в свою очередь, это совершенное с корыстной целью противоправное безвозмездное изъятие и (или) обращение чужого имущества в пользу виновного или других лиц, причинившее ущерб собственнику или иному владельцу этого имущества. Имущество, на которое совершено посягательство, рассматривается

в трех аспектах. Материальный аспект означает, что посягательство происходит на вещь материального мира, экономический аспект – что эта вещь имеет свою цену, и юридический аспект касается собственности, установленной в отношении конкретного имущества.

Формы внутреннего мошенничества разнообразны и обнаруживаются во всех сферах предпринимательской деятельности (см. табл. 31). В соответствии, например, с американской статистикой в среднем каждая организация в США теряет от мошенничества более 9 долларов в день на каждого работника и приблизительно 6 % годового дохода от мошенничества всех своих нечестных на руку сотрудников.

Однако стоимость мошенничества в целом трудно поддается количественному измерению. Причин тому несколько: не все мошенничества раскрываются; не все раскрытые факты предаются огласке; в некоторых случаях о мошенничестве собрана неполная информация; гражданское или уголовное преследование часто не возбуждается.

Незаконное присвоение активов является основной формой внутреннего мошенничества, составляя более четырех пятых известных случаев такого рода мошенничества. Причем потери от нарушений, связанных с наличными средствами и чековыми расчетами организаций, равны общей доле потерь от нарушений, связанных со всеми другими активами (инвентарь, поставки, оборудование и информация). Это и получение «навара» с продажи «неучтенки», и незаконное списание, и неприкрытое изъятие и т. д.

Коррупция – еще одна распространенная форма внутреннего мошенничества – обычно заключается в том, что должностное лицо, менеджер или служащий организации вступает в сговор с посторонними лицами. Известно несколько основных типов внутренней коррупции, ведущих к ущербу для интересов предприятия: взяточничество, запрещенные денежные вознаграждения, специальное завышение цены по договоренности и пр. На долю коррупции приходится около 10 % всех случаев внутреннего мошенничества.

**Основные формы внутреннего мошенничества
по сферам деятельности организации**

Сфера деятельности	Вид мошенничества
Закупки	Использование транспортных и информационных каналов в личных целях. Договорное манипулирование (завышение цен, затягивание сроков, снижение штрафных санкций) для получения «отката» с продавцов. Манипулирование качеством и объемом закупок. Продажа инсайдерской информации поставщикам
Производство	Вывоз готовой продукции (своей и смежников). «Левые» поставки неучтенной продукции. Хищение сырья, материалов, запчастей
Реализация	Занижение цен для получения «отката» с покупателей. Махинации с пересортицей, объемами продаж. Продажа инсайдерской информации покупателям
Маркетинг и реклама	Теневые договоренности с предприятиями-рекламоносителями. Манипулирование ценами и ставками на рекламу. Продажа инсайдерской информации подрядчикам
Общий менеджмент	Манипулирование отчетностью. Вывод активов в «карманные» фирмы. Заключение необоснованных контрактов и увод наличных денег. Продажа инсайдерской информации конкурентам

Приведем два примера мошенничества, необычайно распространенных в наше время.

Пример первый. Специалисты подразделений компании, зарабатывающих средства, могут совершать хищения полученного дохода, вступая в сговор с другой организацией и заключая с ней заведомо убыточные сделки с целью «потерять» полученный доход.

Затем организация-сообщница возвращает этим «специалистам» почти всю «потерянную» сумму за вычетом комиссии за свою услугу.

Второй пример. Сотрудники подразделений, обслуживающих деятельность компании, могут производить закупки материалов, оборудования на заведомо невыгодных условиях за так называемый «откат». Подобные схемы предлагают многие фирмы в борьбе за клиента при продаже офисной техники, канцтоваров, размещении рекламы и т. д.

8.3. Мероприятия по повышению внутренней безопасности

Основной подход в сфере предупреждения внутреннего мошенничества – формирование в организации активных лояльных ее приверженцев. Это предполагает, что у сотрудников существует:

- 1) удовлетворенность содержанием работы, выполняемой в организации;
- 2) ощущение внимания и заботы со стороны организации;
- 3) удовлетворенность своей карьерой в данной организации;
- 4) уверенность в целесообразности длительной работы в данной организации.

Однако на пути формирования приверженности сотрудников организации существуют препятствия, которые необходимо устранять:

- 1) плохая информированность сотрудников;
- 2) социальная незащищенность, плохая перспектива решения социальных проблем, неуверенность в завтрашнем дне;
- 3) неэффективная система стимулирования;
- 4) недостаточное внимание руководителей к подчиненным, недостатки в управлении организацией вследствие низкого уровня развития деловых, моральных и личностных качеств руководителя;
- 5) неблагоприятные условия труда;
- 6) несоответствие квалификации работников сложности выполняемой работы; отсутствие профессиональной перспективы, возможностей роста и профессиональной самореализации;
- 7) плохой моральный климат в коллективе.

От уровня лояльности сотрудников зависит их поведение. Считается, что от 10 до 20 % работников – люди абсолютно честные, которые не пойдут на воровство ни при каких обстоятельствах. В то же время 10–20 % работников будут пользоваться малейшей возможностью, чтобы украсть, и от совершения кражи их не удержит никакой контроль, каким бы суровым он ни был. Остальные работники составляют 60–80 % коллектива. По своей природе это люди тоже честные, но при наличии возможности для хищения могут решиться на кражу.

От расхитителей, совершивших какое-либо хищение (см. табл. 31), надо немедленно освобождаться. Иногда одного негативного факта бывает достаточно, чтобы заставить уволиться человека, который заподозрен в нечестности. Нередко, если в организации появляется воришка, то об этом становится известно сотрудникам довольно быстро, и тогда персонал тоже включается в игру под названием «Поймай вора», так как сам заинтересован в скорейшей нейтрализации возникшей угрозы.

С мелкими «несунами» бороться труднее. Это очень живучая древняя традиция отношения к «не своей» собственности. «Несуны» и сейчас существуют во многих организациях. Не стоит забывать и о таком виде воровства, как использование в личных целях предоставляемых предприятием ресурсов: систем связи, оргтехники, транспорта и т. д. Это также может нанести существенный урон, особенно малому предприятию.

Можно сократить сам риск преступных посягательств защитными мероприятиями. Например, последствия пожара будут не столь большими, если в здании предусмотрены противопожарные системы сигнализации, невозгораемые двери, рациональные средства пожаротушения и т. п. Такие меры безопасности, как замки, сейфы, системы слежения и подачи сигналов тревоги, позволяют отпугнуть, задержать и установить личность преступника. Хорошо разработанные меры контроля за персоналом сделают систему защиты еще более надежной, понизив вероятность наступления нежелательного события.

Отсутствие системы постоянного контроля за сотрудниками позволяют нечестным работникам использовать свое положение для совершения краж и хищений в компании. Наиболее «рисковыми» с этой точки зрения являются:

- складские операции;
- получение товаров;
- удаление и переработка отходов;
- расходование денежных средств, в том числе полученных на подотчет;
- покупки, совершаемые персоналом в своей фирме;
- выставки и выставочные образцы;
- хищения, совершаемые менеджерами.

Оперативно-следственная практика свидетельствует: именно сотрудниками (или с их участием) совершается 90 % краж внутри организаций, так как именно они лучше всего знают «слабые места», которые можно использовать в корыстных целях. Так, чем бы конкретно ни приходилось заниматься в ходе складских операций: хранением сырья, полуфабрикатов, готовых товаров, продуктов питания, запчастей и т. д., это всегда для кого-то и где-то имеет определенную ценность. И основная причина хищений здесь – плохой контроль. Поэтому необходимо систематически проводить проверку исполнения обязанностей должностными лицами, сверку складских запасов с данными по закупкам и продажам, причем такой контроль должны выполнять сотрудники, не работающие непосредственно на данном складе.

Некоторыми российскими гражданами воровство по месту работы рассматривается как законный приработок. Особенно характерно это для сферы строительства. Единственная мера противодействия в данном случае – хорошо задокументированный контроль всех материалов, приобретаемых для нужд компании, независимо от того, проходили ли они через склад или нет.

Следует относиться с осторожностью к временным рабочим. Проверить прежнюю деятельность временных рабочих порой достаточно трудно. Необходимо, чтобы за их работой и поведением постоянно наблюдали их непосредственные начальники. Данной

категории рабочих и служащих не рекомендуется давать разрешение на свободное перемещение по территории всего предприятия. Они должны находиться под постоянным наблюдением сотрудников службы безопасности и сопровождаться ими для работы в наиболее важных местах компании.

Практика раскрытия экономических преступлений показывает, что причиной мошенничества или воровства является комбинация различных факторов, среди которых на первое место выходит представившийся случай. Преступник им пользуется, когда вероятность успеха, по его мнению, стала высока. А вероятность успеха жулика обусловлена объемом информации о деятельности руководства и сотрудников организации. Поэтому главными защитными мероприятиями являются:

- соблюдение конфиденциальности деловой информации;
- контроль работы сотрудников.

Если контрольные меры применяются постоянно и комплексно, причем о таких процедурах известно всем сотрудникам, то возможностей для совершения преступления гораздо меньше. Эти меры практически достаточно дешевы, особенно в соотношении с возможными убытками от деятельности преступников.

8.4. Задачи обеспечения внешней безопасности предпринимательской деятельности

Основными способами достижения цели у мошенников являются обман, введение в заблуждение, злоупотребление доверием.

Один из видов мошенничества – использование фальшивых документов (подделка печатей и штампов) реальных или вымышленных фирм. Данный способ основан на индивидуальных возможностях мошенника, использующего доверие сотрудников, внушаемость, некомпетентность, халатность.

Встречаются и более изощренные способы мошенничества. Например, это создание фирмы только для того, чтобы, набрав заказы, получить деньги по предоплате и исчезнуть. Так, некая фирма,

занимающаяся перепродажей товара из-за рубежа, для привлечения клиентов снижает отпускные цены на товары ниже закупочных. От клиентов нет отбоя. Договоры поначалу выполняются точно, имидж компании сомнений не вызывает, число клиентов растет. В результате создается обычная пирамида. Естественно, вскоре руководство фирмы исчезает с деньгами, перечисленными по предоплате.

Изохренные мошенники часто проходят процедуру регистрации организации вполне легально и некоторое время добросовестно работают. При этом ни учредители, ни непосредственные руководители могут и не быть замеченными в каких-либо махинациях ранее. Выявить таких «скрытых» мошенников можно только с помощью системы достаточно сложных проверок руководителей, учредителей, анализа их связей и деятельности. Но это под силу только специализированной фирме. Обычно же для выявления возможного мошенничества достаточно получить информацию об организации, ее деятельности (прошлой и настоящей) и учредителях. Выбор способа получения информации может быть любой. Но нецелесообразно использовать какой-то один: рациональное решение лежит в области их комбинирования в зависимости от ситуации.

Конкуренты всегда проявляют интерес к деятельности предприятия, даже если его руководство об этом и не догадывается. Вопрос лишь в том, что является предметом столь пристального внимания и какие методы используются для его удовлетворения.

Наиболее вероятно, что интерес вызовут используемые *новые технологии, методы работы, программы расширения, НИОКР* и т. д.

Другое направление проявления повышенного интереса – это *информация по настоящим и предполагаемым партнерам, клиентам, перехват выгодных контрактов и инвестиционных проектов, поставщиков и каналов сбыта.*

Рэкет, или вымогательство, – самый распространенный вид преступлений, совершаемых в отношении предпринимателей. Конечно, лучшая защита от вымогательства – полная нищета.

Но поскольку предприниматель к нищим по определению не относится, рассмотрим два наиболее часто встречающихся вида рэкета.

Первый вариант рэкета. Предпринимателя шантажируют тем, что угрожают предать огласке либо направить в «компетентные органы» какие-то опасные для него сведения. Например, якобы могут сообщить в налоговую инспекцию о том, что он скрыл от нее весьма значительную сумму или купил ворованный товар (варианты: бракованный, с вышедшим сроком годности, некондиционный и т. д.).

В этом случае прежде всего надо тянуть время, чтобы выяснить, насколько осведомлен шантажист об истинном состоянии дел предпринимателя, и обнаружить шантажиста (с помощью специалистов, конечно). Например, можно горячо и аргументированно доказывать, что требуемая от вас сумма нелегитимно велика и таких денег просто нет, по крайней мере в данный момент. Надо оттягивать выплату под каким-либо убедительным предлогом, чтобы проверить серьезность тех документов, которые есть у шантажиста. Вполне вероятно, что сведения эти не так уж и страшны, а то и вовсе ошибочны.

Ни в коем случае не надо сообщать анонимному врагу о том, что его угрозы совсем не страшны. Надо использовать информационное преимущество. Как минимум, записать телефонные переговоры на магнитофон. Современная техника позволяет со 100 %-ной точностью идентифицировать голоса людей, к каким бы ухищрениям они ни прибегали для маскировки.

Еще одно средство защиты – дезинформация. Если возникла хотя бы тень подозрения, что кто-то охотится за компрометирующими материалами, надо пойти «охотнику» навстречу – организовать слухи, фальшивые документы, информацию в СМИ. Пусть в обращение дезинформация, можно спровоцировать вымогателя сделать первый шаг и получить оружие против него, ничем не рискуя. Общее правило гласит, что шантажисты чаще всего находятся среди ближайшего окружения предпринимателя. Это могут быть бывшие сотрудники, партнеры по бизнесу, служащие,

недовольные руководством и своими заработками, вспомогательный персонал, соседи и даже родственники.

Второй вариант рэкета. Преступники требуют заплатить им за то, чтоб они не сделали чего-нибудь плохого предпринимателю, его близким или его фирме. Популярные варианты в данном случае – навязывание «охраны» или предложение «взять на работу» с установлением огромного оклада. Если «наезжает» крупная преступная группировка, то она, скорее всего, ограничится наложением «дани», не превышающей 10–15–20 % от дохода предприятия. А вот небольшие банды («беспредельщики») стремятся к максимальному выбиванию средств, вплоть до полного разорения предпринимателя. Но следует иметь в виду, что выполнить первоначальные требования (часто довольно умеренные) – значит попасться на крючок. Потом будут все новые суммы и все новые условия.

Здесь предпринимателю тоже надо максимально тянуть время, чтобы выяснить, кто именно «наезжает» на него и какова степень реальной угрозы. Обязательно надо обратиться к специалистам из охранной фирмы либо в полицию – выбор есть. Далее следует ограничиться решительным отказом, подкрепленным демонстрацией коллективной силы (появление на горизонте полиции, охранников, телохранителей, осуществление комплекса мер безопасности), а также выявлением источников информации (кто «стучит»): поиском прослушек, разработкой плана действий для родных и сотрудников предпринимателя в кризисной ситуации (возможны захват заложников, похищение детей, акции устрашения). Кризисный план поможет максимально смягчить удар, а если удар все же будет нанесен, план позволит избежать паники, непродуманных решений.

Разумный, предусмотрительный предприниматель должен заботиться о своей безопасности, памятуя о том, как он уязвим и насколько хрупка человеческая жизнь вообще. Разумеется, все хорошо в меру. Одинаково плохо и полное отсутствие охраны, и предельное сосредоточение мыслей и действий на собственной безопасности.

8.5. Виды недобросовестной конкуренции

Недобросовестная конкуренция осуществляется в форме:

- экономического шпионажа;
- лживой рекламы;
- компрометации фирмы;
- фальсификации и подделки продукции;
- прямого обмана;
- нанесения материального ущерба;
- психологического и физического подавления.

Для принятия превентивных мер необходимо провести комплексное исследование предпринимательской деятельности, а именно составить своеобразную карту «опасных точек» – объектов и явлений как внутреннего, так и внешнего характера.

Рассмотрим подробнее экономический шпионаж, который нацелен на получение конфиденциальной информации. Конфиденциальной считается такая информация, разглашение которой может нанести ущерб интересам фирмы. Обычно к таковой относятся:

- уставные документы фирмы;
- сводные валютные и рублевые отчеты по финансовой деятельности фирмы (ежемесячные, квартальные, годовые, за несколько лет);
- кредитные договоры с банками;
- договоры купли и продажи, начиная с определенной суммы (для мелкой фирмы это может быть тысяча, для крупной – сто тысяч долларов);
- сведения о перспективных рынках сбыта, источниках средств или сырья, товарах, о выгодных партнерах;
- любая информация, предоставленная партнерами, если за ее разглашение предусмотрены штрафные санкции.

В Западной Европе и в США утрата 20 % конфиденциальной информации приводит к разорению фирмы в течение одного месяца. Западные специалисты давно подсчитали, что на информационную безопасность наиболее целесообразно тратить 3 % от оборота. При этом затраты на программно-компьютерные средства должны составлять 0,5 %, на технику для внутренней безопаснос-

ти (систему видеонаблюдения, контроль доступа и т. д.) – 1 %, а большая часть – 1,5 % должна быть потрачена на организационные меры и консалтинг.

Типичные **формы и методы экономического шпионажа** следующие:

1. *Подкуп.* Это самый простой и эффективный способ получения конфиденциальной информации. Он требует предварительной работы для выяснения степени осведомленности тех или иных сотрудников фирмы в ее делах. Обычно подкуп осуществляется через посредников, поэтому необходимым условием является сбор информации о них: надо точно знать, кому дать деньги, сколько, когда, через кого и за что. Однако все издержки такого рода с лихвой перекрываются одним важным обстоятельством: работнику фирмы не требуется преодолевать физические и технические препятствия для проникновения в ее секреты.

По данным Интерпола, в среднем 25 % служащих фирмы готовы продать ее секреты в любое время кому угодно, 50 % идут на это в зависимости от обстоятельств и только 25 % являются патриотами данного предприятия. Одним из видов подкупа является переманивание ценных специалистов фирмы к себе ради последующего овладения их знаниями. История конкурентной борьбы полна подобных примеров.

Для тех 50 % сотрудников, которые идут на сотрудничество с конкурентами в зависимости от обстоятельств, необходимые «обстоятельства» нередко создают через шантаж.

2. *Внедрение «своих» людей в состав персонала конкурирующей фирмы.* Для внедрения имеются два пути: первый – когда агент выступает под собственной фамилией и работает в соответствии с имеющейся у него профессией; второй – когда он трудоустраивается по поддельным документам, под прикрытием легенды. Это старый и эффективный способ экономического шпионажа, но более сложный по сравнению с обычным подкупом или шантажом. Его плюс состоит в том, что в отличие от завербованных информаторов свой агент намного надежнее и эффективнее в качестве источника конфиденциальной информации.

3. *Выведывание информации под прикрытием легенды.* К числу наиболее вероятных каналов утечки конфиденциальной информации в данном случае относятся следующие:

- 1) совместная деятельность с другими фирмами;
- 2) проведение переговоров;
- 3) экскурсии и посещения фирмы;
- 4) реклама, публикации в печати, интервью для прессы;
- 5) консультации специалистов со стороны, получающих доступ к документации и производственной деятельности фирмы;
- 6) фиктивные запросы о возможности работы в фирме, заключения с ней сделок, осуществления совместной деятельности;
- 7) рассылка отдельным сотрудникам фирмы различных анкет и вопросников под маркой научных или маркетинговых исследований;
- 8) частные беседы с сотрудниками фирмы, навязывание им незапланированных дискуссий по тем или иным проблемам.

4. *Съем информации из компьютера.* Происходит это путем:

- 1) хищения носителей информации (дискет, магнитных и оптических дисков);
- 2) копирования программной информации с носителей;
- 3) чтения оставленных без присмотра распечаток программ;
- 4) чтения информации с экрана посторонним лицом (во время отображения ее законным пользователем или в его отсутствие);
- 5) подключения к компьютеру специальных аппаратных средств, обеспечивающих доступ к информации;
- 6) использования специальных технических средств для перехвата излучений компьютера (с помощью направленной антенны такой перехват возможен с компьютера в металлическом корпусе на расстоянии до 200 м, а с компьютера в пластмассовом корпусе – на расстоянии до 1 км);
- 7) несанкционированного доступа программ к информации либо расшифровки программной зашифрованной информации. Последний способ называется электронным грабеджом, а людей, занимающихся им, называют хакерами. Данный вид преступлений наиболее распространен там, где имеются компьютерные сети в масштабе фирмы, организации, населенного пункта или региона.

Существует ряд способов проникновения в компьютерные сети. В частности, для нарушения работы автоматизированной системы по каналам связи в качестве помехи запускается так называемый вирус. Введенный однажды в компьютер – первоначальную жертву, вирус распространяется на группу компьютеров и, возможно, на всю сеть. Его воздействие может быть строго выдержано по времени и иметь адресность – конкретную задачу (жертву). Вирус может быть скрытым и какое-то время не проявлять себя.

По оценкам швейцарских экспертов, ежегодные потери, связанные с кражей информации из компьютеров, составляют ныне в Западной Европе около 60 млрд долларов в год. Например, фирма «Британская энциклопедия» возбудила уголовное дело против трех операторов своего компьютерного центра, обвинив их в том, что они скопировали и продали посторонним лицам имена и адреса примерно 300 тысяч заказчиков.

5. *Наблюдение.* Метод дает ценную конфиденциальную информацию, особенно если он сопряжен с копированием документации, чертежей, образцов продукции и т. д. Процесс наблюдения сложен, так как требует значительных затрат сил, времени и средств. Поэтому его ведут выборочно, то есть в определенном месте, в определенное время, специально подготовленными людьми и с помощью технических средств. Например, волоконно-оптическая система типа РК-1715 имеет кабель длиной до двух метров. Она позволяет проникать в помещения через замочные скважины, кабельные и отопительные вводы, вентиляционные шахты и другие отверстия. С ее помощью можно читать и фотографировать документы на столах, заметки в настольных календарях, настенные таблицы, считывать информацию с дисплеев.

6. *Прослушивание.* Этот способ по своей значимости находится на последнем месте среди основных форм и методов получения конфиденциальной информации. Ведь в данном случае информация собирается случайным образом, бессистемно, до 90–95 % такой информации не представляет никакого интереса для конкурентов, и для ее анализа требуется много времени. Однако из-за своей простоты метод прослушивания используется очень широко.

Наиболее распространено прослушивание телефонных переговоров. Оно осуществляется следующими способами:

- за счет микрофонного эффекта телефонного аппарата;
- путем контактного подключения к линии связи;
- путем бесконтактного подключения к телефонной линии;
- с помощью телефонных радиозакладок;
- за счет так называемого высокочастотного «навязывания».

Количество моделей прослушивающих и записывающих речь технических устройств, имеющих на рынке, не поддается учету. С их помощью можно принимать, усиливать, очищать и записывать любые разговоры (в том числе ведущиеся шепотом или под звуком льющейся из крана воды) достаточно четко и надежно.

Существуют и более сложные методы прослушивания. Например, посредством лазерного сканирования оконных стекол в помещении, где ведутся «интересные» переговоры. Или путем направленного радиоизлучения, заставляющего «откликаться и говорить» детали в радиоприемниках, телевизорах, настенных часах и другой бытовой технике. Однако подобные методы требуют наличия сложной и достаточно дорогой техники, поэтому применяют их в экономическом шпионаже довольно редко.

На основе опроса 50 компаний Екатеринбурга летом 2004 года было выявлено, что примерно у 30 % компаний регистрировались попытки похитить коммерческую информацию с использованием различных каналов (табл. 32).

8.6. Законы безопасности в предпринимательстве

Необходимыми слагаемыми успеха в обеспечении безопасности предпринимательской деятельности являются:

– Тщательный анализ своего окружения, своих партнеров и конкурентов. Тот факт, что предприниматель отрицательно настроен в отношении преступности, не гарантирует отсутствия контактов с членами преступных группировок.

**Сводка каналов утечки информации по компаниям Екатеринбурга
за лето 2004 года**

Частота использования канала, %	Канал утечки информации
30	Выведывание информации под видом клиента, партнера и т. д.
14	Похищение информации сотрудниками при увольнении
14	С помощью специальных технических средств
14	Вынос информации собственным легальным пользователем
14	Засылка инсайдера
7	Похищение информации вместе с носителем
7	Атака из Интернета

– Обращение только по официальным каналам (суд, арбитраж, правоохранительные органы) в вопросах взыскания долгов и разрешения спорных ситуаций. Оптимальным, например, является путь, когда группа специалистов различного профиля (экономисты, юристы, специалисты в области производства) находит мирное решение проблемы неплатежей.

– Планирование сделок с точки зрения их «некриминальности». Там, где происходит нарушение закона, сразу же появляются представители преступных сообществ.

Создание системы безопасности предпринимательской структуры должно производиться с соблюдением правил, приведенных в табл. 33.

Мировой опыт защиты коммерческих секретов компаний показывает, что успех в этом деле дает только комплексный подход, объединяющий административно-организационные и социально-психологические меры.

**Законы создания системы безопасности
в предпринимательстве**

Закон безопасности	Содержание закона
Профилактика угроз	Своевременное выявление возможных угроз безопасности предприятия и их анализ, что позволит разработать соответствующие профилактические меры
Законность	Меры безопасности и правовые акты фирмы не должны противоречить законам и подзаконным актам
Комплексное использование сил и средств	Для обеспечения безопасности должны использоваться все имеющиеся силы и средства. Каждый сотрудник должен в рамках своей компетенции участвовать в обеспечении безопасности предприятия. Организационной формой является программа обеспечения безопасности предприятия
Координация и взаимодействие внутри и вне предприятия	Противодействие угрозам осуществляется всеми подразделениями предприятия, а также совместно с внешними организациями, способными оказать необходимое содействие
Сочетание гласности с секретностью	Доведение до сведения персонала предприятия и общественности в допустимых пределах информации о мерах безопасности выполняет важнейшую роль – предотвращение потенциальных и реальных угроз
Компетентность	Сотрудники должны решать вопросы обеспечения безопасности на профессиональном уровне и, если надо, должны специализироваться по основным его направлениям
Экономическая целесообразность	Финансовые затраты на обеспечение безопасности не должны превышать оптимальный уровень, чтобы сохранялся экономический смысл их применения
Плановая основа деятельности	Обеспечение безопасности строится на основе комплексной программы обеспечения безопасности предприятия и подпрограмм по основным его видам

Закон безопасности	Содержание закона
	(экономическая, научно-техническая, технологическая и т. д.)
Системность	Обязателен учет всех влияющих на безопасность предприятия факторов, участие в ее обеспечении всех сотрудников, использование всех сил и средств

К числу административно-организационных мер относятся:

- наличие службы безопасности, отвечающей, среди прочего, за сохранность коммерческих секретов;
- организация специального делопроизводства, включающего в себя классификацию документов по степени и срокам их секретности;
- соответствующий учет, хранение, использование, уничтожение или рассекречивание документов;
- оптимальное ограничение числа лиц, посвящаемых в коммерческие секреты фирмы; соблюдение ими правил пользования конфиденциальной информацией;
- наличие охраны на всех объектах фирмы; поддержание там, где это необходимо, пропускного и внутриобъектового режима;
- обеспечение мер против использования технических средств перехвата информации.

8.7. Задачи службы безопасности

В большом бизнесе наличие службы безопасности неизбежно. Ее функции включают:

- 1) обеспечение сохранности коммерческой тайны;
- 2) выявление и устранение возможных каналов утечки информации;
- 3) выявление и пресечение попыток проникновения к охраняемым сведениям;

4) контроль состояния режима конфиденциальности и охраны предприятия;

5) обеспечение физической безопасности конкретных лиц;

6) получение упреждающей информации в интересах обеспечения безопасности предприятия и конкретных лиц;

7) предотвращение и отражение попыток силового и психологического воздействия на сотрудников.

Меры обеспечения безопасности можно условно разделить на общепредупредительные и непосредственно направленные на противодействие известным посягательствам или выявленным фактам подготовки к осуществлению злого умысла в отношении интересов предприятия.

Назначение *общепредупредительных мер* – предупреждать, затруднять, ограничивать действия возможного субъекта посягательства, воспрепятствовать всякому, кто может покушаться на интересы фирмы.

К таким мерам относятся:

– составление режимных приказов, инструкций, предписаний;
– разработка перечня закрываемых сведений (утверждается приказом);

– ограничение круга лиц, допускаемых к закрытой информации;
– разделение информации;
– проверка режима конфиденциальности; эксперименты по выявлению уязвимых мест;

– профилактическая работа (инструктажи, индивидуальные собеседования);

– меры принуждения;

– ограждение конкретных лиц от потенциальных посягательств.

Меры непосредственного противодействия конкретно выявленным угрозам – это меры негласные, реализуемые с привлечением специальных сил и средств. Как правило, их осуществляют профессионалы службы безопасности, прошедшие специальную подготовку. Вместе с тем эти меры образуют систему лишь в том случае, если они применяются во взаимодействии и согласованности, образуя единый механизм.

Далеко не каждый предприниматель может решить проблему обеспечения собственной безопасности сразу и в полном объеме. Обеспечение безопасности предпринимательства – деятельность всегда затратная, прямой и быстрой отдачи не приносящая, но при отсутствии системы безопасности неизбежен риск недопустимых потерь.

Глава 9

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

9.1. Базовые понятия

Система налогообложения в Российской Федерации регулируется Налоговым кодексом РФ, принятыми в соответствии с ним федеральными законами и законодательными актами субъектов РФ. Свод этих законодательных актов государства определяет процедуру установления и взимания налогов и сборов, виды, величину и ставки налоговых платежей, а также порядок их уплаты различными субъектами.

Согласно статье 8 НК РФ *налог* – это обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований. Налоги необходимы для того, чтобы государство могло финансировать бюджетные организации и некоммерческие структуры, поддерживать социальную инфраструктуру: жилищно-коммунальное хозяйство, систему здравоохранения, систему образования и т. д., обеспечивать обороноспособность страны.

В Российской Федерации устанавливаются следующие виды налогов и сборов: федеральные, региональные и местные.

К *федеральным налогам и сборам* относятся:

- 1) налог на добавленную стоимость;
- 2) акцизы;
- 3) налог на доходы физических лиц;
- 4) налог на прибыль организаций;
- 5) налог на добычу полезных ископаемых;
- 6) водный налог;

7) сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов;

8) государственная пошлина.

К *региональным налогам* относятся:

1) налог на имущество организаций;

2) налог на игорный бизнес;

3) транспортный налог.

К *местным налогам и сборам* относятся:

1) земельный налог;

2) налог на имущество физических лиц;

3) торговый сбор.

Для установления налога необходимо определить налогоплательщика и элементы налогообложения, к которым относятся:

– Объект налогообложения.

– Налоговая база.

– Налоговый период.

– Налоговая ставка.

– Порядок исчисления налога.

– Порядок и сроки уплаты налога.

В некоторых случаях при установлении налога могут предусматриваться налоговые льготы, а также основания их использования налогоплательщиком.

Налогоплательщиками признаются организации и физические лица, на которых возложена обязанность по уплате налогов и сборов.

Объект налогообложения – это реализация товаров (работ, услуг), имущество, прибыль, доход, расход или другое обстоятельство, имеющее стоимостную, количественную или физическую характеристику, при появлении которого возникает обязанность платить налог. Товаром признается любое имущество, реализуемое либо предназначенное для реализации.

Налоговая база представляет собой стоимостную, физическую или иную характеристику объекта налогообложения, то есть денежное выражение объекта налогообложения. *Налоговая ставка* представляет собой величину налоговых начислений на единицу изме-

рения налоговой базы. Налоговая база и налоговые ставки по федеральным налогам устанавливаются Налоговым кодексом РФ. Налоговая база по региональным и местным налогам также устанавливается НК РФ. Налоговые ставки по региональным и местным налогам устанавливаются законами субъектов Российской Федерации, нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований в пределах, установленных НК РФ.

Под *налоговым периодом* понимается календарный год или иной период времени применительно к отдельным налогам, по окончании которого определяется налоговая база и исчисляется сумма налога, подлежащая уплате.

Налогоплательщик самостоятельно исчисляет сумму налога, подлежащую уплате за налоговый период, исходя из налоговой базы, налоговой ставки и налоговых льгот. В некоторых случаях, предусмотренных НК РФ, *обязанность по исчислению суммы налога может быть возложена на налоговый орган*. Налоговый орган направляет налогоплательщику налоговое уведомление не позднее 30 дней до наступления срока платежа, если обязанность по исчислению суммы налога возлагается на налоговый орган. В налоговом уведомлении должны быть указаны сумма налога, подлежащая уплате, объект налогообложения, налоговая база, а также срок уплаты налога.

Сроки уплаты налогов устанавливаются для каждого налога и определяются календарной датой или истечением периода времени. При этом указывается событие, которое должно наступить, или действие, которое будет совершено. Налог уплачивается налогоплательщиком в установленные сроки в наличной или безналичной форме.

Организации и индивидуальные предприниматели облагаются налогами на основании *общей системы налогообложения* или *специального налогового режима*.

Причем система налогообложения в целом – система подвижная: объекты налогообложения и размеры налогов изменяются постоянно в зависимости от текущих приоритетов и потребностей государства. Так, в связи с экономической обстановкой и послед-

ствиями пандемии коронавируса 2020 года для малого бизнеса в Российской Федерации было установлено большое количество льгот, направленных на поддержку малого бизнеса и самозанятого населения (Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ определяет относящиеся к данной категории субъекты бизнеса).

В данный период изменениями системы налогообложения малого бизнеса в Российской Федерации решаются следующие задачи:

- Обеспечение самозанятости населения.
- Создание новых рабочих мест.
- Снижение социальной напряженности в обществе.
- Развитие новых (инновационных) видов деятельности.

9.2. Общая система налогообложения

Данная система налогообложения предусматривает уплату большей части федеральных, региональных и местных налогов и применяется налогоплательщиками, деятельность которых не подпадает под специальные налоговые режимы, а также, если они не подали заявление о переходе на другой режим налогообложения (см. прил. 2 и 3).

На старте предпринимательской деятельности общая система налогообложения может быть достаточно обременительна, так как предпринимателю необходимо платить все общие налоги. Кроме того, эта система является сложной при ведении бухгалтерского учета и требует представления отчетности в налоговый орган.

Предприятия, использующие общую систему налогообложения, платят следующие налоги и взносы:

- налог на добавленную стоимость (НДС) (0 %; 10 %; 20 %);
- налог на прибыль организаций (20 %);
- страховые взносы за работников (30 %);
- налог на имущество организаций.

Налог на добавленную стоимость – это налог, выплачиваемый организациями и индивидуальными предпринимателями, кото-

рый определяется как разность между стоимостью реализованных товаров и суммой издержек производства и обращения продукции, умноженная на налоговую ставку. Налоговая ставка 0 % – льготная ставка, применяемая в основном при экспорте товаров; налоговая ставка 10 % – льготная ставка, которая применяется при реализации медикаментов, детских товаров, продуктов питания, печатных изданий и т. д.; налоговая ставка 20 % – основная ставка, которая действует в большинстве случаев.

Налог на прибыль организаций – прямой налог, взимаемый с прибыли организации, который платится в размере 20 % (3 % – в федеральный бюджет, 17 % – в бюджеты субъектов РФ) с разницы между доходом и расходом (без НДС).

Страховые взносы в размере 30 % (пенсионное страхование – 22 %, социальное страхование – 2,9 %, медицинское страхование – 5,1 %) предназначены для реализации права граждан на государственное пенсионное и социальное обеспечение (страхование), медицинскую помощь.

Налог на имущество организаций относится к региональным налогам, устанавливается НК РФ и региональными законами, вводится в действие в соответствии с законами субъектов РФ и с момента введения в действие обязателен к уплате на территории соответствующего субъекта РФ.

Индивидуальные предприниматели, применяющие общую систему налогообложения, платят следующие налоги:

- налог на добавленную стоимость (НДС) (20 %);
- страховые взносы за себя и работников (30 %);
- налог на доход физических лиц (НДФЛ) (13 %).

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) является прямым налогом. В отличие от организаций индивидуальные предприниматели при использовании основной системы налогообложения не уплачивают налог на прибыль, вместо него они платят НДФЛ. При этом индивидуальные предприниматели имеют право уменьшить выплаты прямого налога на доходы физических лиц только на размер профессиональных налоговых взносов и вычетов (налоговая база).

Налоговой базой является доход, уменьшенный на профессиональные, стандартные, социальные имущественные налоговые вычеты. Ставка 13 % применяется только для тех физических лиц, которые являются налоговыми резидентами. Если предприниматель нерезидент, то размер ставки составит 30 % и предприниматель не сможет применять профессиональный вычет, поскольку профессиональные вычеты могут применяться только по доходам, облагаемым по ставке 13 % (пункт 4 статьи 210 Налогового кодекса РФ).

Механизм расчета налога на добавленную стоимость и страховых взносов за работников у индивидуальных предпринимателей такой же, как и у организаций. Индивидуальные предприниматели, не производящие выплат и иных вознаграждений физическим лицам, уплачивают страховые взносы на обязательное пенсионное страхование в фиксированном размере (32 448 руб. в 2020 году), страховые взносы на обязательное медицинское страхование (8 426 руб. в 2020 году).

Преимущества общей системы налогообложения:

- Практически нет ограничений по видам деятельности.
- Отсутствуют ограничения: на объем выручки организации; на размеры рабочих площадей; на количество работников; на размер имущества на балансе компании.
- Налог на прибыль не уплачивается, если организация в убытке.

Недостатки общей системы налогообложения:

- Большой объем уплачиваемых налогов.
- Обеспечивается сохранность данных бухгалтерского и налогового учета только в течение четырех лет.
- Высокий уровень внимания со стороны налоговой и правоохранительных органов.

К вышеперечисленным налогам могут добавляться дополнительные налоги и сборы: таможенные пошлины, акцизы, сборы за пользование биологическими ресурсами, автотранспортный, земельный и водный налоги. Ведение налогового и бухгалтерского учета на основе общей системы налогообложения – непростая задача, поэтому значительно проще организовать бухгалтерский учет по одному из специальных режимов налогообложения.

9.2. Специальные налоговые режимы

Налоговым кодексом РФ устанавливаются специальные режимы налогообложения, которыми могут предусматриваться федеральные налоги, не входящие в список вышеперечисленных федеральных налогов. При этом переход предпринимателя на специальный налоговый режим освобождает его от обязанностей по уплате некоторых федеральных, региональных и местных налогов и сборов.

Специальные режимы направлены на создание более щадящего налогового бремени, в основном для субъектов малого и среднего бизнеса (см. прил. 2 и 3). Это обосновано тем, что государственным приоритетом является создание конкурентной среды в развитии рыночной экономики, а она возможна лишь при определенном балансе присутствия на рынке большой массы организаций и индивидуальных предпринимателей.

Одним из важнейших вопросов для индивидуального предпринимателя является выбор подходящего для его деятельности режима налогообложения.

К специальным налоговым режимам относятся:

- 1) упрощенная система налогообложения;
- 2) система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
- 3) патентная система налогообложения;
- 4) система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог);
- 5) система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции.

Суть первых трех систем будет подробно раскрыта далее, здесь кратко опишем последние две системы из перечисленных.

Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог – ЕСХН) – специальный налоговый режим, который введен для производителей сельскохозяйственной продукции. Налогоплательщиками являются сельскохозяйственные товаропроизводители, организации и индивидуальные предприниматели, производящие сельско-

хозяйственную продукцию. Подробно данный режим налогообложения описан в главе 26.1 НК РФ.

Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции – специальный налоговый режим, применяемый в соответствии с Федеральным законом от 30 декабря 1995 года № 225-ФЗ «О соглашениях о разделе продукции». Соглашение о разделе продукции – это договор, который заключен между государством и предприятием-инвестором, при этом доля государства в разработке данного месторождения составляет не менее 25 %, а компания получает право на возмещение расходов на определенных условиях в соответствии с налоговым законодательством.

9.3.1. Упрощенная система налогообложения

Переход к упрощенной системе налогообложения (УСНО) означает, что уплачивается единый налог, который предусматривает освобождение от обязанности по уплате нескольких налогов, взимаемых при общем режиме налогообложения.

Применение упрощенной системы налогообложения организациями предусматривает их освобождение от обязанности по уплате налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, налога на добавленную стоимость.

Применение упрощенной системы налогообложения индивидуальными предпринимателями предусматривает их освобождение от налога на доходы физических лиц, налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для предпринимательской деятельности), налога на добавленную стоимость.

Другие налоги, сборы и страховые взносы уплачиваются на общих основаниях в соответствии с налоговым законодательством. Для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, сохраняются действующие порядок ведения кассовых операций и порядок представления статистической отчетности.

Организация вправе применять упрощенную систему налогообложения, если по итогам девяти месяцев года доходы организации не превышают 112,5 млн руб.

Не вправе применять упрощенную систему налогообложения:

- организации, имеющие филиалы;
- организации и индивидуальные предприниматели, занимающиеся производством подакцизных товаров;
- организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25 % (за исключением некоторых организаций);
- организации и индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за налоговый (отчетный) период превышает 100 человек;
- организации, у которых остаточная стоимость основных средств превышает 150 млн руб.;
- организации и индивидуальные предприниматели, перешедшие на систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- банки; страховщики; негосударственные пенсионные фонды; инвестиционные фонды; профессиональные участники рынка ценных бумаг; ломбарды.

Полный список организаций, которые не вправе применять упрощенную систему налогообложения, представлен в пункте 3 статьи 346.12 НК РФ.

Объектом налогообложения при упрощенной системе налогообложения являются доходы или доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов (доходы минус расходы). Выбор объекта налогообложения осуществляется налогоплательщиком и может изменяться ежегодно. Налогоплательщик не может менять объект налогообложения в течение налогового периода. Выбор того или иного варианта обуславливается экономической целесообразностью: если у налогоплательщика большие суммы расходов, на которые можно уменьшить для целей налогообложения доходы, то он остановится на втором варианте; если таких расходов немного, то приемлем первый вариант.

Расчет размера уплаты налога производится по формуле

$$PH_{\text{УСНО}} = \text{НБ} \cdot \text{НС},$$

где $PH_{\text{УСНО}}$ – размер налога; НБ – налоговая база; НС – налоговая ставка.

Налоговой базой при упрощенной системе налогообложения с объектом налогообложения «доходы» является денежное выражение всех доходов предпринимателя.

При упрощенной системе налогообложения с объектом «доходы минус расходы» налоговой базой является разница доходов и расходов. Чем больше у налогоплательщиков расходов, тем меньше будет размер базы и соответственно сумма налога. Если расходов немного, правильнее будет выбрать в качестве объекта налогообложения доходы.

При использовании расчета налогообложения по объекту «доходы» налоговая ставка составляет 6 %. При объекте налогообложения «доходы минус расходы» налоговая ставка составляет 15 %. Законами субъектов Российской Федерации на два года может быть установлена налоговая ставка в размере 0 % для индивидуальных предпринимателей, впервые зарегистрированных и осуществляющих деятельность в производственной, социальной и научной сферах.

Достоинства упрощенной системы налогообложения:

- упрощенное ведение бухгалтерского учета (подается декларация за год);
- упрощенное ведение налогового учета (ведется книга учета доходов и расходов);
- возможность выбрать объект налогообложения (для объекта «доход» налоговая ставка 6 %, для объекта «доход минус расход» – 15 %).

Недостатки упрощенной системы налогообложения:

- ограничения по видам деятельности;
- невозможность открытия представительств или филиалов;
- ограниченный перечень расходов, уменьшающих налоговую базу при выборе объекта налогообложения при упрощенной системе налогообложения «доходы минус расходы»;
- отсутствие возможности уменьшения налоговой базы на сумму убытков, полученных в период применения упрощенной системы налогообложения или при переходе на иные режимы налогообложения, и наоборот;

– наличие убытков не освобождает от уплаты минимального размера налога, установленного законодательно (при объекте «доходы минус расходы»);

– ограничение по размеру полученных доходов, остаточной стоимости основных средств и нематериальных активов.

9.3.2. Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности

Вмененный доход – это потенциально возможный доход налогоплательщика единого налога, рассчитываемый с учетом совокупности условий, непосредственно влияющих на получение указанного дохода.

Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) не зависит от прибыли, и для его расчета применяются определенные налоговым законодательством ставки.

Применение ЕНВД организациями предусматривает их освобождение от обязанности по уплате налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, налога на добавленную стоимость.

Применение ЕНВД индивидуальными предпринимателями предусматривает их освобождение от налога на доходы физических лиц, налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для предпринимательской деятельности), налога на добавленную стоимость.

ЕНВД берется не с фактически полученного, а с вмененного дохода, то есть с того налога, который предполагается в налогооблагаемой деятельности. Очень важно, что сумма налога фиксированная и не зависит от фактических доходов. Величина налога зависит от размеров бизнеса: количества работников, торговых площадей и транспортных средств.

Организации и индивидуальные предприниматели могут добровольно переходить на уплату ЕНВД. Исключение составляют:

– организации, осуществляющие деятельность в рамках договора простого товарищества;

- крупнейшие налогоплательщики;
- организации и индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за налоговый период превышает 100 человек;
- организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25 %;
- образовательные организации, медицинские организации и организации социального обслуживания в части предпринимательской деятельности по оказанию услуг общественного питания;
- организации, не оказывающие услуги по сдаче в аренду автозаправочных станций;
- организации, перешедшие в соответствии с НК РФ на уплату единого сельскохозяйственного налога.

При использовании данной формы налогообложения размер налога рассчитывается по формуле

$$PH_{\text{ЕНВД}} = \text{НБ} \cdot \text{НС} - \text{СВ},$$

где $PH_{\text{ЕНВД}}$ – размер налога; НБ – налоговая база (вмененный доход); НС – налоговая ставка; СВ – страховые взносы; размер налоговой базы рассчитывается по формуле

$$\text{НБ} = \text{БД} \cdot k_1 \cdot k_2 \cdot \text{ФП},$$

где БД – базовая доходность по определенному виду деятельности; k_1 – коэффициент-дефлятор, установленный на соответствующий календарный год и учитывающий изменение потребительских цен на товары в предшествующем периоде (в 2019 году был равен 1,915); k_2 – корректирующий понижающий коэффициент, который ежегодно принимают местные органы и который, варьируется от 0,005 до 1; ФП – величина физического показателя, характеризующего данный вид деятельности.

Если у организации или предпринимателя несколько объектов или несколько видов деятельности, учет показателей, необходимых для исчисления налога, ведется отдельно по каждому виду деятельности и соответственно налог тоже рассчитывается отдельно, а затем эти суммы складываются. ЕНВД уплачивается ежеквартально. Срок уплаты ЕНВД: до 25 апреля – по итогам 1-го квар-

тала; до 25 июля – по итогам 2-го квартала; до 25 октября – по итогам 3-го квартала; до 25 января – по итогам 4-го квартала.

Налогоплательщики ЕНВД имеют право уменьшить сумму налога на сумму уплаченных страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, социальное страхование и медицинское страхование, которые были уплачены в пользу работников, на сумму взносов по договорам добровольного личного страхования. При этом сумма такого уменьшения не может быть больше, чем 50 % исчисленного налога.

Если налогоплательщик наряду с деятельностью, подлежащей обложению ЕНВД, ведет иную деятельность, он обязан вести раздельный учет имущества, обязательств и операций по деятельности, подлежащей и не подлежащей обложению ЕНВД.

Достоинства ЕНВД:

- при росте реальных доходов, размер рассчитанного налога остается на прежнем уровне;
- налогоплательщики ЕНВД имеют право уменьшить сумму налога, на сумму уплаченных страховых взносов;
- предельно простая отчетность (декларации сдаются ежеквартально и не содержат сложных расчетов);

Недостатки ЕНВД:

- платить рассчитанный налог придется в обязательном порядке вне зависимости от полученного дохода;
- применение ЕНВД обычно нецелесообразно при ведении бизнеса на больших торговых площадях;
- применение ЕНВД разрешено не во всех регионах и не для всех видов деятельности.

Во многих случаях упрощенная система налогообложения будет выгодней, поэтому необходимо рассчитать предполагаемый налог при упрощенной системе налогообложения и сравнить его с ЕНВД.

9.3.3. Патентная система налогообложения

Согласно Налоговому кодексу РФ патент на предпринимательскую деятельность – это документ, удостоверяющий право на применение патентной системы налогообложения на осуществление одного из видов предпринимательской деятельности, в отношении

которого законом субъекта Российской Федерации введена патентная система налогообложения.

В Налоговом кодексе РФ условия применения различных систем налогообложения представлены в разделе VIII.1 «Специальные налоговые режимы». Патентная система вводится в действие законами субъектов РФ в соответствии с Налоговым кодексом РФ. В главе 26.5 Налогового кодекса РФ представлены общие положения, основные понятия, порядок и условия начала, а также прекращения применения патентной системы налогообложения.

Переход индивидуальных предпринимателей на патентную систему налогообложения, а также возврат к другим режимам налогообложения осуществляется добровольно. Индивидуальные предприниматели, получившие патент на предпринимательскую деятельность, считаются налогоплательщиками.

Патентная система налогообложения является льготным налоговым режимом, который позволяет освободить индивидуальных предпринимателей от уплаты следующих налогов (пункт 10 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ):

1) от налога на доходы физических лиц (в части доходов, полученных при осуществлении видов предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется патентная система налогообложения);

2) налога на имущество физических лиц (в части имущества, используемого при осуществлении видов предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется патентная система налогообложения).

3) налога на добавленную стоимость. За исключением НДС, подлежащего уплате (пункт 11 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ):

– при осуществлении видов предпринимательской деятельности, в отношении которых не применяется патентная система налогообложения;

– при ввозе товаров на территорию Российской Федерации и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией;

– при осуществлении операций в соответствии с договором простого товарищества, договором инвестиционного товарищества,

договором доверительного управления имуществом или концессионным соглашением.

Пункт 2 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ содержит 63 вида предпринимательской деятельности, в отношении которых возможно применение патентной системы налогообложения. Некоторые из них перечислены ниже:

1) ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий из текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий;

2) ремонт, чистка, окраска и пошив обуви;

3) парикмахерские и косметические услуги;

4) химическая чистка, крашение и услуги прачечных;

5) изготовление и ремонт металлической галантереи, ключей, номерных знаков, указателей улиц;

6) ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов, часов, ремонт и изготовление металлоизделий;

7) ремонт мебели;

8) услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий;

9) техническое обслуживание и ремонт автотранспортных и мототранспортных средств, машин и оборудования;

10) оказание автотранспортных услуг по перевозке грузов автомобильным транспортом;

11) оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом;

12) ремонт жилья и других построек;

13) услуги по производству монтажных, электромонтажных, санитарно-технических и сварочных работ;

14) услуги по остеклению балконов и лоджий, нарезке стекла и зеркал, художественной обработке стекла;

15) услуги по обучению населения на курсах и по репетиторству;

16) услуги по присмотру и уходу за детьми и больными;

17) услуги по приему стеклопосуды и вторичного сырья, за исключением металлолома;

18) ветеринарные услуги;

19) сдача в аренду (наем) жилых и нежилых помещений, дач, земельных участков, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности;

20) изготовление изделий народных художественных промыслов.

Со всем перечнем видов деятельности можно ознакомиться в законе о патентной системе налогообложения конкретного субъекта Российской Федерации, в котором осуществляется предпринимательская деятельность.

В том случае, если индивидуальный предприниматель осуществляет несколько видов предпринимательской деятельности, патент требуется приобрести для каждого из видов деятельности.

Форма патента на право применения патентной системы налогообложения утверждена Приказом ФНС России от 26 ноября 2014 года № ММВ-7-3/599@ «Об утверждении формы патента на право применения патентной системы налогообложения» (зарегистрирован в Минюсте России 22 декабря 2014 года, № 35293).

Существует ряд ограничений на выдачу патента на предпринимательскую деятельность (пункты 5, 6 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ):

– приобретать патент имеют право только индивидуальные предприниматели;

– численность работников индивидуального предпринимателя по всем видам предпринимательской деятельности (включая виды деятельности, осуществляемые по другим налоговым режимам) не должна превышать за налоговый период 15 человек;

– патентная система налогообложения не применяется в отношении видов предпринимательской деятельности, осуществляемых в рамках договоров простого товарищества или договора доверительного управления.

Патент выдается на срок от 1 до 12 месяцев включительно в пределах календарного года (пункт 5 статьи 346.45 Налогового кодекса РФ). Это значит, что с 1 октября 2018 года патент можно будет получить только до 31 декабря 2018 года, а с 1 января 2019 года можно получить другой патент до конца любого месяца 2019 года.

Основанием для получения патента является заявление, которое индивидуальный предприниматель подает лично или через представителя в налоговый орган по месту жительства не позднее чем за 10 дней до начала применения индивидуальным предпринимателем патентной системы налогообложения (пункт 2 статьи 346.45 Налогового кодекса РФ). Форма заявления утверждена письмом ФНС России от 18 февраля 2020 года № СД-4-3/2815@.

При осуществлении деятельности в городах федерального значения или субъекте Российской Федерации, в котором предприниматель не состоит на налоговом учете, заявление подается в любой территориальный налоговый орган муниципального образования, городского округа, города федерального значения или субъекта Российской Федерации по месту планируемого осуществления индивидуальным предпринимателем предпринимательской деятельности.

Налоговый орган должен выдать патент или направить уведомление об отказе в выдаче патента в течение пяти дней со дня получения заявления на получение патента (пункт 3 статьи 346.45 Налогового кодекса РФ).

Основанием для отказа в выдаче патента является (пункт 4 статьи 346.45 Налогового кодекса РФ):

- несоответствие в заявлении на получение патента вида предпринимательской деятельности перечню видов предпринимательской деятельности, в отношении которых может применяться патентная система налогообложения;

- указание срока действия патента, не соответствующего законодательству РФ (патент выдается в пределах календарного года на срок от одного до двенадцати месяцев);

- утрата индивидуальным предпринимателем права на применение патентной системы налогообложения (индивидуальный предприниматель вправе вновь перейти на патентную систему налогообложения по этому же виду предпринимательской деятельности не ранее чем со следующего календарного года);

- наличие недоимки по налогу, который уплачивается с применением патентной системы налогообложения;

- незаполнение обязательных полей в заявлении на получение патента.

В Налоговом кодексе РФ подробно описывается, каким образом рассчитывается размер налога (РН) (стоимость патента на предпринимательскую деятельность).

Налоговая база – денежное выражение потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода по виду предпринимательской деятельности, в отношении которого применяется патентная система налогообложения, устанавливаемого на календарный год законом субъекта Российской Федерации.

Законами субъектов Российской Федерации может быть установлена налоговая ставка в размере 0 % для индивидуальных предпринимателей, впервые зарегистрированных после вступления в силу указанных законов и осуществляющих предпринимательскую деятельность в производственной, социальной и (или) научной сферах, а также в сфере бытовых услуг населению (действует по 31 декабря 2020 года). Индивидуальные предприниматели вправе применять налоговую ставку в размере 0 % со дня их государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя непрерывно не более двух налоговых периодов в пределах двух календарных лет.

Налоговая база рассчитывается путем деления размера потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода на двенадцать месяцев и умножения полученного результата на количество месяцев срока, на который выдан патент.

Субъекты Российской Федерации вправе (пункт 8 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ):

1) дифференцировать территорию субъекта Российской Федерации по территориям действия патентов по муниципальным образованиям или группам муниципальных образований в целях установления размеров потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода по видам деятельности.

Иными словами, территория действия патента ограничена муниципальным образованием, за исключением некоторых видов

предпринимательской деятельности, указанных в подпунктах 10, 11, 32, 33 и подпункте 46 пункта 2 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ (например, оказание автотранспортных услуг по перевозке грузов и пассажиров). Это территориальное ограничение позволяет приобретать патенты по более низкой стоимости в малонаселенных пунктах или районах субъекта Российской Федерации;

2) устанавливать дополнительный перечень видов предпринимательской деятельности, относящихся к бытовым услугам, в отношении которых применяется патентная система налогообложения;

3) устанавливать размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода:

- в зависимости от средней численности наемных работников;
- количества транспортных средств, грузоподъемности транспортного средства, количества посадочных мест в транспортном средстве;

- количества обособленных объектов (площадей) в отношении видов предпринимательской деятельности;

- территории действия патентов;

4) увеличивать максимальный размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода:

- не более чем в три раза – по видам предпринимательской деятельности, указанным в подпунктах 9–11, 32, 33, 38, 42, 43 пункта 2 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ;

- не более чем в пять раз – по всем видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется патентная система налогообложения, осуществляемым на территории города с численностью населения более одного миллиона человек;

- не более чем в десять раз – по видам предпринимательской деятельности, указанным в подпунктах 19, 45–47 пункта 2 статьи 346.43 Налогового кодекса РФ.

Налогоплательщики производят уплату налога по месту постановки на учет в налоговом органе в следующие сроки (пункт 2 статьи 346.51 Налогового кодекса РФ):

1. Если патент получен на срок до шести месяцев – в размере полной суммы налога в срок не позднее срока окончания действия патента.

2. Если патент получен на срок от шести месяцев до календарного года:

– в размере одной трети суммы налога в срок не позднее девяноста календарных дней после начала действия патента;

– в размере двух третей суммы налога в срок не позднее срока окончания действия патента.

В случае неуплаты индивидуальным предпринимателем налога налоговый орган по истечении срока уплаты направляет индивидуальному предпринимателю требование об уплате налога, пеней и штрафа.

Налогоплательщик считается утратившим право на применение патентной системы налогообложения и перешедшим на общий режим налогообложения в случае (пункт 6 статьи 346.45 Налогового кодекса РФ):

– если с начала календарного года доходы налогоплательщика от реализации по всем видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется патентная система налогообложения, превысили 60 млн рублей;

– если в течение налогового периода средняя численность наемных работников по всем видам предпринимательской деятельности превысила 15 человек.

Индивидуальный предприниматель обязан заявить в налоговый орган об утрате права на применение патентной системы налогообложения в течение 10 календарных дней со дня наступления обстоятельства, являющегося основанием для утраты права на применение патентной системы налогообложения, или со дня прекращения предпринимательской деятельности, в отношении которой применялась патентная система налогообложения.

При утрате права на применение патентной системы налогообложения предприниматель считается перешедшим на общий режим налогообложения с начала того налогового периода, на который ему был выдан патент.

Глава 10

ПРЕКРАЩЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Процедура прекращения предпринимательской деятельности индивидуальными предпринимателями отличается от процесса прекращения деятельности юридических лиц.

Прекращение деятельности юридического лица может осуществляться в форме реорганизации и в форме ликвидации. В соответствии со статьей 57 Гражданского кодекса РФ реорганизация юридического лица может осуществляться в форме слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования. Реорганизация может быть добровольной (по решению учредителей или органа юридического лица) и принудительной (по решению уполномоченных государственных органов или по решению суда).

При *слиянии* юридических лиц права и обязанности каждого из них переходят к вновь возникшему юридическому лицу.

При *присоединении* юридического лица А к юридическому лицу Б права и обязанности юридического лица А присоединяются к юридическому лицу Б.

При *разделении* юридического лица его права и обязанности переходят к вновь созданным юридическим лицам на основании передаточного акта.

При *выделении* из состава юридического лица одного или нескольких юридических лиц к каждому из них переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица на основании передаточного акта.

При *преобразовании* юридического лица одной организационно-правовой формы в юридическое лицо другой организационно-правовой формы права и обязанности реорганизованного юридического лица в отношении других лиц не изменяются.

Добровольная реорганизация юридического лица осуществляется на основании добровольного решения о реорганизации его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на осуществление этой процедуры учредительными документами.

Принудительная реорганизация юридического лица в форме его разделения или выделения осуществляется в случаях, установленных законом в соответствии с решением уполномоченных государственных органов или по решению суда.

При реорганизации юридического лица в форме разделения и выделения составляется *разделительный баланс*, а при реорганизации в форме слияния, присоединения или преобразования – *передаточный акт*. Указанные документы содержат сведения о правопреемстве по всем обязательствам реорганизованного юридического лица.

При *ликвидации* юридического лица его права и обязанности не переходят к другим лицам, как при реорганизации. Ликвидация, так же как и реорганизация, может осуществляться на добровольной основе или принудительно по решению суда.

По решению суда ликвидация юридического лица осуществляется:

1) по иску государственного органа в случае признания государственной регистрации юридического лица недействительной;

2) по иску государственного органа в случае осуществления юридическим лицом деятельности без надлежащего разрешения;

3) по иску государственного органа в случае осуществления юридическим лицом деятельности, запрещенной законом, либо с нарушением закона.

4) по иску государственного органа в случае систематического осуществления общественной или религиозной организацией деятельности, противоречащей уставным целям таких организаций;

5) по иску учредителя юридического лица в случае невозможности достижения целей, ради которых оно создавалось, становится невозможным или существенно затрудняется;

6) в иных случаях, предусмотренных законом.

Этапы ликвидации юридического лица на добровольной основе следующие:

– *Первый этап.* Учредители юридического лица в течение трех рабочих дней после принятия решения о ликвидации должны уведомить об этом в письменной форме уполномоченный государственный орган для внесения в Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) записи о ликвидации юридического лица и опубликовать сведения об этом в установленном порядке.

– *Второй этап.* Учредители юридического лица назначают ликвидационную комиссию, устанавливают порядок и сроки ликвидации, которую обязаны совершить за счет имущества ликвидируемого юридического лица.

С момента назначения ликвидационной комиссии к ней переходят полномочия по управлению делами юридического лица. Ликвидационная комиссия выступает от имени ликвидируемого юридического лица в суде и обязана действовать добросовестно в интересах ликвидируемого юридического лица, а также его кредиторов. Ликвидационная комиссия выявляет кредиторов организации, письменно сообщает им о ликвидации юридического лица, получает дебиторскую задолженность, публикует в средствах массовой информации сведения о ликвидации юридического лица, порядке и сроке заявления требований его кредиторами. Этот срок не может быть менее двух месяцев с момента опубликования сообщения о ликвидации.

– *Третий этап.* После окончания срока предъявления требований кредиторами ликвидационная комиссия составляет промежуточный ликвидационный баланс, который содержит сведения о составе имущества ликвидируемого юридического лица, перечне требований, предъявленных кредиторами.

При ликвидации предпринимательской организации требования ее кредиторов удовлетворяются в следующей очередности:

– в первую очередь требования граждан, перед которыми ликвидируемая организация несет ответственность за причинение вреда жизни или здоровью;

– во вторую очередь требования по выплате выходных пособий, оплате труда лицам, работающим по трудовому договору, и по выплате вознаграждений авторам результатов интеллектуальной деятельности;

– в третью очередь производятся расчеты по обязательным платежам в бюджет и во внебюджетные фонды;

– в четвертую очередь расчеты с другими кредиторами.

– *Четвертый этап.* После удовлетворения требований кредиторов промежуточный ликвидационный баланс утверждается учредителями юридического лица, принявшими решение о ликвидации юридического лица, по согласованию с регистрирующим органом.

Ликвидационная комиссия уведомляет налоговый орган, зарегистрировавший предприятие, о завершении всех ликвидационных процедур и предоставляет туда следующие документы:

– акты из налоговой инспекции и внебюджетных фондов о проведенных проверках и отсутствии задолженности по налогам и страховым взносам;

– справки из банков о закрытии счетов;

– акт об уничтожении печати;

– акт приемки-передачи документов на хранение в архив;

– ликвидационный баланс.

– *Пятый этап.* Ликвидация юридического лица считается завершенной, а юридическое лицо – прекратившим существование после внесения сведений о его прекращении в ЕГРЮЛ в порядке, установленном законом о государственной регистрации юридических лиц.

Прекращение предпринимательской деятельности индивидуальным предпринимателем осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». Порядок прекращения деятельности индивидуальным предпринимателем изложен в статье 22.3 ФЗ № 129. Предприниматель, принимающий решение о прекращении данной

деятельности, представляет в регистрирующий орган следующие документы:

а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации;

б) документ об уплате государственной пошлины;

в) документ, подтверждающий представление в территориальный орган Пенсионного фонда Российской Федерации сведений об индивидуальном лицевом счете застрахованного лица, о страховых взносах и страховом стаже.

Прекращение деятельности в качестве индивидуального предпринимателя осуществляется на основании:

– заявления физического лица о принятом им решении о прекращении деятельности в качестве индивидуального предпринимателя;

– копии решения суда о признании индивидуального предпринимателя банкротом;

– копии решения суда о прекращении деятельности индивидуального предпринимателя в принудительном порядке;

– копии вступившего в силу приговора, определения или постановления суда о назначении наказания в виде лишения права заниматься предпринимательской деятельностью на определенный срок;

– информации об аннулировании или об окончании срока действия документа, подтверждающего право физического лица, зарегистрированного в качестве индивидуального предпринимателя, временно или постоянно проживать на территории России;

– сведений о государственной регистрации смерти индивидуального предпринимателя.

Банкротство предпринимательских организаций регулируется Гражданским кодексом РФ, который устанавливает основные правовые нормы, связанные с несостоятельностью (банкротством) юридических лиц. Федеральный закон от 26 октября 2002 года № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» определяет порядок осуществления мер по предупреждению банкротства и проведения процедур, применяемых в деле о банкротстве.

Под несостоятельностью (банкротством) понимается признанная арбитражным судом неспособность должника удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и исполнить обязанность по уплате налогов, сборов, других обязательных платежей в бюджет и в государственные социальные внебюджетные фонды в соответствии с законодательством. Юридическое лицо считается неспособным удовлетворить требования кредиторов, если соответствующие обязательства не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены.

Несостоятельным (банкротом) могут признаваться:

1) индивидуальные предприниматели;

2) юридические лица, за исключением:

– учреждений, казенных предприятий, политических партий и религиозных организаций;

– государственной корпорации, государственной компании или фонда, если это допускается федеральным законодательством.

Для определения 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;

– размер задолженности, возникшей вследствие неосновательного обогащения;

– размер задолженности, возникшей вследствие причинения вреда имуществу кредиторов;

– обязательства по выплате вознаграждения авторам результатов интеллектуальной деятельности;

– обязательств по выплате компенсации сверх возмещения вреда;

– обязательства перед учредителями (участниками) должника, вытекающие из прав участника.

Правом на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании должника банкротом обладают должник, конкурсный кредитор, уполномоченные органы, а также работник, бывший работ-

ник должника, имеющие требования о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда.

Производство по делу о банкротстве может быть возбуждено арбитражным судом при условии, что требования к должнику – юридическому лицу в совокупности составляют не менее 300 тыс. руб., а к должнику – физическому лицу – не менее 500 тыс. руб., в срок не позднее 30 рабочих дней со дня, когда должник узнал или должен был узнать об этом.

Результатом рассмотрения в суде дела о банкротстве предприятия может быть:

- ликвидация предприятия;
- смена собственника;
- продажа предприятия как имущественного комплекса;
- мировое соглашение с кредиторами;
- финансовое оздоровление предприятия.

При рассмотрении дела о банкротстве организации-должника применяются следующие процедуры: наблюдение; внешнее управление; конкурсное производство; мировое соглашение и иные процедуры банкротства, предусмотренные федеральным законом.

Под *наблюдением* понимается процедура банкротства, применяемая к должнику с момента принятия арбитражным судом заявления о признании должника банкротом в целях обеспечения сохранности имущества должника и проведения анализа его финансового состояния.

Под *внешним управлением* понимается процедура банкротства, применяемая к должнику в целях восстановления его платежеспособности, с передачей полномочий по управлению имуществом организации-должника внешнему управляющему. Внешнее управление вводится арбитражным судом на основании решения первого собрания кредиторов.

Конкурсное производство является процедурой банкротства, которая применяется к должнику, признанному банкротом, в целях соразмерного удовлетворения требований кредиторов. Срок конкурсного производства не может превышать одного года, но может быть продлен арбитражным судом на шесть месяцев.

Одновременно с открытием конкурсного производства арбитражный суд назначает конкурсного управляющего. Конкурсный управляющий после проведения инвентаризации и оценки имущества должника приступает к его продаже на открытых торгах. Продажа имущества должна проводиться на торгах в форме аукциона.

Мировое соглашение должник и кредиторы могут заключить на любой стадии. Согласно законодательству Российской Федерации мировое соглашение должно содержать всю информацию о размерах, сроках реализации обязательств, а также положения о прекращении обязательств должника.

Мировое соглашение заключается после погашения задолженностей по требованиям кредиторов первой и второй очереди.

Если в ходе наблюдения или внешнего управления арбитражным судом утверждается мировое соглашение, то производство по делу о банкротстве прекращается.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

11.1. Литературные источники информации в сфере предпринимательства

Основу информационной инфраструктуры для предпринимательства традиционно составляют литературные источники. В последнее время количество книг и публикаций, посвященных сфере предпринимательства, резко возросло. Книги как источник информации не только не теряют своей значимости, но и становятся все более полезным и эффективным инструментом работы.

Чрезвычайно значимы для работы общественных организаций официальные издания и издания государственных органов в сфере предпринимательства. *Официальные издания* – сборники нормативных документов, стандартов и т. п., выпущенные соответствующими учреждениями, – являются не только источником сведений о законодательных нормах, стандартах и др., но и представляют собой единственный тип источников такой информации, на которые возможна ссылка при обращении в государственные органы и в особенности при обращении в суд.

Издания государственных органов, в особенности доклады, посвященные отдельным видам предпринимательской деятельности, также чрезвычайно полезны, поскольку во многих случаях только с их помощью можно получить обзорную информацию о состоянии предпринимательства в регионах. Однако государственные доклады, содержащие общий обзор ситуации, редко содержат количество подробностей, достаточное для анализа региональных или местных проблем.

Региональные же доклады, кроме подробного описания ситуации в сфере предпринимательства, нередко уделяют значительное внимание анализу экономических проблем региона. Они выпуска-

ются небольшими тиражами и, кроме того, публикуются не во всех субъектах Федерации. Также полезны *руководства* и *учебно-методическая литература*, публикуемые государственными органами. Помимо содержащейся в них информации, они важны еще и тем, что отражают официальную позицию по многим вопросам, связанным с проблемами в сфере предпринимательства.

Отраслевые руководства, которые обычно подготавливаются специальными НИИ, могут быть полезны как описание процедур, выполняющихся при осуществлении соответствующих видов хозяйственной деятельности. Тираж таких руководств невелик, в открытую продажу они не поступали и не поступают, а часть таких руководств вообще предназначена только для служебного пользования.

Сейчас выпущено много добротных *учебников* по отдельным вопросам для самых разных сфер предпринимательства. Учебники технологических институтов, даже выпущенные в 60–80-х годах прошлого века, можно найти в крупных библиотеках. Они достаточно ценны. Используя такие учебники, можно получить удовлетворительное представление о технологических процессах производств, многие из которых не менялись десятки лет.

Книги, издаваемые общественными объединениями, нередко представляют собой ценность для других таких организаций, поскольку взгляды и позиции их авторов и читателей во многих случаях оказываются близкими. Книги, подготовленные общественными организациями, могут содержать и серьезный анализ тех или иных проблем, выполненный на профессиональном уровне. Общественными организациями готовится очень много качественной литературы в тех областях, которым организации других типов уделяют меньше внимания. К сожалению, практически все эти книги издаются небольшими тиражами и часто не передаются авторами ни в центральные, ни в местные библиотеки.

Большой интерес к вопросам развития предпринимательства вызвал появление значительного числа *популярных книг*, описывающих соответствующие проблемы различных регионов. Ориентируясь на массового читателя, такие издания опускают многие

подробности, дают иногда слишком вольную интерпретацию событий, используют непроверенные сведения. Однако и популярные книги способны дать общее представление о событиях или процессах в различных сферах предпринимательской деятельности и послужить отправной точкой для дальнейшей работы.

Вопросы всех отраслей предпринимательства достаточно широко освещаются в *периодической печати*. Перечислим основные типы таких изданий.

Ряд периодических изданий выпускается *государственными органами* – *министерствами* и *ведомствами*. Как правило, такие издания содержат тексты нормативных документов, официальную информацию о деятельности ведомств. Собственные периодические издания выпускают многие *региональные правительства*.

Научно-технические и *научно-аналитические издания* (например, различные серии журналов Российской академии наук) ориентированы на научные проблемы. В них может содержаться ценная информация по конкретным проблемам (анализ, тенденции развития ситуации, прогноз). Публикуется целый ряд *вестников университетов* и *высших учебных заведений*.

Кроме того, существуют и специальные издания, содержащие *библиографические обзоры по определенной тематике*. Это, например, «Реферативный журнал», многочисленные выпуски которого посвящены различным областям знания.

Многие *ведомственные* и *отраслевые издания* (например, «Национальная металлургия»), которые не специализируются на бизнес-тематике, содержат тем не менее важные для предпринимательства разделы. В отраслевых журналах можно почерпнуть информацию об экологических проблемах, характерных для данной отрасли.

Помимо периодики управленческого, маркетингового и научно-технического характера, существует *ряд изданий по бизнес-тематике, рассчитанных на широкую аудиторию*. Большинство материалов в таких газетах и журналах посвящено наиболее актуальным проблемам конкретного предпринимательства и деятельности бизнеса, направленной на их решение. Наконец, многие проблемы

хозяйственно-экономической жизни затрагиваются и в отдельных материалах *массовых периодических изданий* – газет и журналов, не имеющих бизнес-специализации. При этом характер подачи бизнес-информации существенным образом определяется общей направленностью издания.

Обладая множеством достоинств, «бумажные» источники тем не менее имеют и одно серьезное ограничение – малую возможность тиражирования и сравнительно высокую стоимость единицы печатной продукции. Поэтому ключевую роль в вопросах распространения печатной информации играют библиотеки.

Найти необходимую литературу в библиотеке может оказаться не очень легко. Если отраслевые вопросы выделены в отдельный раздел систематического каталога, этот раздел, как правило, содержит лишь небольшое число весьма широких подразделов. Тогда приходится пользоваться алфавитным каталогом. Однако для того, чтобы найти необходимые книги в алфавитном каталоге, необходимо знать какую-то исходную информацию – названия нескольких книг на интересующую тему или фамилии авторов.

11.2. Использование Интернета для получения информации

11.2.1. Электронная почта

Электронная почта (E-mail) не ограничивается ведением переписки между гражданами и организациями. С помощью электронной почты распространяется множество *электронных бюллетеней*, в том числе посвященных бизнес-тематике, некоторые из них – на русском языке. Электронные бюллетени, как правило, бесплатны. Для того чтобы подписаться на такой бюллетень, достаточно послать письмо определенного содержания на адрес для подписки. После этого вы будете получать информационные сообщения разного объема – от нескольких абзацев до десятков страниц, с разной периодичностью – от нескольких дней до нескольких месяцев.

Электронные бюллетени, а также каталоги могут быть посвящены определенным темам или проблемам, в частности пробле-

мам предпринимательства в целом или отдельных отраслей, например: бюллетень «Лесные новости», бюллетень «World Information Service on Energy», занимающийся в основном проблемами ядерной энергетики, каталог Центральной научной сельскохозяйственной библиотеки (ЦНСХБ).

Тематические бюллетени могут публиковать содержательные обзорные и аналитические статьи по тем проблемам, которым они посвящены.

Многие электронные бюллетени посвящены проблемам определенных регионов, могут содержать информацию о последних событиях, в том числе их подробное описание и анализ.

Нередко, однако, даже в специализированном бюллетене для читателя представляет интерес лишь часть материалов. Эта проблема – получение ненужной, избыточной информации – также может быть решена с помощью средств электронной почты.

При помощи электронной почты могут быть организованы *телеконференции*. Основное отличие таких конференций от бюллетеней и других форм «односторонней» рассылки состоит в том, что каждый участник (а в некоторых случаях – и любой пользователь электронной почты) может рассылать с ее помощью свои сообщения всем остальным участникам-подписчикам. Значительная часть существующих телеконференций открыта для всех желающих, на них можно подписаться.

Одним из достоинств телеконференций является то, что вы получаете не только саму информацию, но и реакцию на нее других участников, зачастую экспертов. То есть телеконференции представляют собой удобный механизм для многостороннего обсуждения тех или иных вопросов. В рамках таких конференций, например, можно обратиться с просьбой о предоставлении информации на интересующую вас тему, о комментариях к какому-либо материалу.

Обратной стороной преимуществ телеконференций, основанных на механизме электронной почты, является то, что подписчик нередко получает большое количество сообщений, не представляющих для него непосредственного интереса.

11.2.2. Ресурсы Всемирной паутины

Минимальной информационной единицей в Интернете является *страница*, которая может содержать текст и графику. Каждая страница имеет уникальный адрес, называемый URL.

Сайт («место в Сети», от англ. *site* – место, участок, точка или область на поверхности Земли или в другом месте), или *WWW-сайт*, – совокупность страниц, представляющая собой некоторую целостность. Именно о сайте можно говорить как об информационном ресурсе. Речь может идти, например, о сайте организации, персональном сайте, тематическом сайте и т. п. Как правило, в качестве адреса сайта указывают URL его основной, титульной страницы.

Часто в обыденной речи слово «страница» не вполне корректно употребляется вместо слова «сайт», и тогда возникает «страница компании» или «личная страница».

Также иногда вместо слова «сайт» используются термины «сервер» или «WWW-сервер», которые обозначают технические средства, обеспечивающие работу сайта. *WWW-сервер* – это подключенный к Сети компьютер, на котором хранятся страницы, составляющие один или несколько сайтов, а также программа, которая исполняется на этом компьютере и отвечает за выдачу страниц по запросам пользователей Сети с удаленных компьютеров. Таким образом, это понятие относится не к информационному наполнению Всемирной паутины, а к ее технической реализации.

С помощью WWW-страниц может быть организовано обращение к различным программам, исполняемым на сервере. Примером является ситуация, когда пользователь, вводя название города в предусмотренное на странице поле, формирует запрос к базе данных, хранящейся на сервере. В результате исполнения запроса пользователь получает, например, страницу со списком отраслевых бизнес-ассоциаций, действующих в том или ином городе.

Интернет следует рассматривать не как единую информационную систему, а как единое информационное пространство. Это пространство заполняется в результате множества отдельных, независимых друг от друга инициатив государственных учреждений,

учебных заведений, коммерческих компаний и некоммерческих организаций, частных лиц и групп активистов. Любой проект систематизации или каталогизации, каким бы большим он ни был, лишь «кусочек» Сети, реализованный на одном из миллионов сайтов.

Следствием описанного принципа формирования ресурсов Сети являются как достоинства, так и недостатки этого механизма доступа к информации. С одной стороны, в Интернете информацию публикуют миллионы самых различных людей и организаций, и сложно представить себе область интересов, с которой никто из этих миллионов не был бы связан. Хотя часть этой информации может быть доступна за деньги, огромное количество ресурсов доступно бесплатно. Иногда важным оказывается и то, что информацию из Интернета можно получать сразу после ее публикации в Сети. С другой стороны, при попытке найти ответ на конкретный вопрос пользователь сталкивается с тем, что миллионы отдельных ресурсов, как бессодержательных, так и полезных, но не имеющих отношения к данному вопросу, образуют огромный «стог сена», в котором скрывается нужная «иголка» – необходимая информация. Это порождает полярные оценки Интернета как средства доступа к информации – от восторженных заявлений о том, что «в Сети есть все!» до резких определений наподобие «всемирной помойки».

Содержание конкретного сайта в значительной степени определяется тем, кем он создан, а также целями его создания. Например, сайт Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты предоставляет не только информацию о деятельности палаты и ее партнеров, но и несколько регулярно обновляющихся баз данных.

Международные организации отражают на своих сайтах деятельность организации, проводимые мероприятия и т. п. Примером может служить сайт Европейской экономической комиссии ООН.

Государственные учреждения публикуют в Интернете информацию о своей деятельности – тексты законов, сообщения об осуществляемых программах и т. п. В последнее время и российские государственные органы уделяют внимание размещению информации в Интернете, например на сайте Правительства Рос-

сийской Федерации. На сайте Агентства коммерческой и деловой информации «Экономика и жизнь» размещены «информационные каналы» Государственной Думы и Совета Федерации. Помимо текстов принятых законов, там доступны тексты рассматриваемых законопроектов, информация о парламентских слушаниях, работе комитетов и т. п.

Российское законодательство доступно и на сайтах коммерческих компаний. Например, на правовой базе данных «Кодекс» размещены тексты законов, доступные бесплатно, и тексты подзаконных актов, доступные за плату.

Полезные публикации о бизнес-планировании можно найти на сайте «Развитие Бизнеса / Ру 2.0». Большой объем полезных публикаций находится на сайте «Корпоративный менеджмент», объемная библиография по бизнес-планированию представлена на сайте «Библиоклуб».

Сайты коммерческих компаний, как правило, содержат информацию о продукции или услугах компаний.

На *сайтах СМИ* могут публиковаться различные материалы: от аннотаций к отдельным статьям до полных электронных версий газет и журналов. Иногда новости публикуются в Интернете еще до их появления на бумаге, а иногда, напротив, с запозданием. В некоторых случаях полная версия доступна за плату. Например, ИТАР-ТАСС позволяет видеть лишь заголовки информационных сообщений.

Нередко на WWW-сайтах размещаются сведения об источниках информации других типов – публикациях, электронных источниках информации сомнительного вида. Например, можно узнать о существовании бесплатно распространяемой программы для анализа риска здоровью или о бюллетене, рассылаемом по электронной почте. Такие источники информации могут оказаться весьма полезными.

Рассмотрим *средства поиска*, без которых работа в Интернете при его нынешних масштабах просто немыслима. Эти средства можно разделить на несколько категорий:

– *Поисковые машины*. Эти средства поиска в ответ на запрос пользователя выдают список страниц, удовлетворяющих заданным

критериям. Пользователь может проводить поиск по словам и фразам, которые должны содержаться в полном тексте требуемой страницы. По такому принципу работают русские поисковые машины Yandex и Rambler. Важность последних состоит в том, что поиск в них проводится главным образом среди страниц, содержащих русский текст.

– *Каталоги.* Здесь сайты упорядочены по категориям специально разработанного дерева-рубрикатора. Наиболее популярный каталог в Сети – Yahoo! Существуют и русские каталоги, например au.ru.

– *Тематические подборки ссылок.* Иногда они содержат рубрикатор и могут рассматриваться как частный случай каталога, ограниченного некоторой темой. В качестве примера можно привести сайт «Библиотека» на ALLBEST.RU, целью создания которого является предоставление единой точки доступа к разнообразным информационным ресурсам.

Результатом применения любого поискового механизма является набор ссылок на страницы. Эти страницы еще предстоит просмотреть вручную, чтобы проверить, содержится ли на них нужная информация. При поиске информации в Сети необходимо в достаточной степени прояснить цель и предмет информационного поиска. Результатом слишком общего запроса нередко являются сотни или тысячи страниц, а неточный запрос может привести к потере нужных страниц. Поэтому, приступая к поиску информации в новой для себя предметной области, полезно познакомиться с принятой в ней терминологией.

Целесообразно проводить информационный поиск несколькими путями, используя несколько различных механизмов. При этом надо иметь в виду, что содержание аналогичных рубрик двух каталогов может существенно различаться, и точно так же могут отличаться ответы двух поисковых машин на один и тот же запрос.

11.3. Событийные формы получения и распространения информации

К событийным формам в зависимости от способа представленности информации относятся выставки, конференции, семинары (презентации) и форумы. Наибольшая ценность этих форм – возможность многочисленных личных контактов в ситуации системно подготовленного и многосторонне выраженного интереса по определенной теме.

Выставки как один из наиболее развитых бизнес-инструментов позволяют решить сразу несколько маркетинговых задач:

- коммуникативную (личные контакты, поиск партнеров, работа с общественностью, реклама, стимулирование продаж, изучение рынка, продвижение фирменного стиля);
- товарную (оценка тенденций, формирование ассортимента, обеспечение оформления и качества продукции);
- распределительную (определение путей сбыта, транспортировки, дилерской сети, сервисного обслуживания);
- ценообразовательную (разработка системы цен, скидок, условий оплаты и кредитной политики);
- позиционирующую (определение рыночной ниши, анализ конкурентов, определение собственных перспектив развития, укрепление имиджа).

Существует следующая *классификация типов выставок*:

- Ярмарка – демонстрация продукции с целью последующих продаж по представленным образцам.
- Универсальная выставка – представление самого широкого спектра продукции потребительского и промышленного назначения.
- Многоотраслевая выставка – демонстрация товаров и услуг представителей нескольких отраслей промышленности, объединенных интересом потенциальных потребителей.
- Специализированная выставка – выставка с заранее определенным направлением продукции и услуг.

Организация *конференций, семинаров (презентаций) и форумов* помогает предпринимательству непосредственно (или по ко-

операции) в системе группового непосредственного общения решать свои задачи и расширять круг клиентов.

Все перечисленные мероприятия организационно очень похожи. Они предусматривают:

- организацию площадки для проведения мероприятия;
- разработку информационного повода для проведения мероприятия;
- разработку сценария мероприятия;
- услуги модератора;
- подготовку пресс-релизов;
- рассылку приглашений на мероприятие, аккредитацию участников;
- мониторинг прессы по итогам мероприятия.

Важную роль в организации подобных мероприятий играет четко разработанная программа, включающая, в частности, деловые встречи с ведущими специалистами, диспут-клубы, рабочие заседания, экскурсионную программу.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Основные принципы эффективной работы предпринимательской структуры.
2. Базовые принципы предпринимательства.
3. Шесть главных черт предпринимательства.
4. Проблемы общества, порождаемые государством при вмешательстве в бизнес.
5. Виды потерь бизнеса от рисков.
6. Международные принципы успешного ведения предпринимательской деятельности.
7. Типичные инновации в предпринимательстве.
8. Коммерческие риски в предпринимательстве.
9. Политические риски в предпринимательстве.
10. Инвестиционные риски в предпринимательстве.
11. Производственные риски в предпринимательстве.
12. Задачи обеспечения внутренней безопасности бизнеса.
13. Задачи обеспечения внешней безопасности бизнеса.
14. Достоинства предпринимателя, развиваемые путем обучения.
15. Достоинства предпринимателя, развиваемые путем регулярных тренировок.
16. Врожденные достоинства предпринимателя.
17. Современные требования к руководителю предпринимательской структуры.
18. Черты «Money Personality» по С. Леккеру.
19. Формы недобросовестной конкуренции.
20. Способы уменьшения рисков для бизнеса.
21. Основные проблемы инновационного бизнес-процесса.
22. Виды и особенности производственного предпринимательства.
23. Виды и особенности финансового предпринимательства.
24. Виды и особенности коммерческого предпринимательства.
25. Виды и особенности предпринимательства в сфере услуг.
26. Виды и особенности обеспечивающих бизнесов.
27. Типы оптовиков с неполным объемом функций.
28. Общие задачи обеспечения безопасности предпринимательства.
29. Регуляторы предпринимательской деятельности.

30. Субъекты предпринимательской деятельности и их роль в системе предпринимательства.

31. Постоянные неизбирательные источники предпринимательской деятельности.

32. Событийные неизбирательные источники предпринимательской деятельности.

33. Каналы утечки бизнес-информации.

34. Избирательные источники бизнес-информации.

35. Основные функции предпринимательства.

36. Оценка эффективности предпринимательской деятельности и ее применение.

37. Законы безопасности предпринимательской деятельности.

38. Достоинства использования наемного менеджера в бизнесе.

39. Легальный и теневой бизнес.

40. Государственное стимулирование малого бизнеса.

41. Инфраструктура современного бизнеса.

42. Достоинства и недостатки крупного бизнеса.

43. Достоинства и недостатки среднего бизнеса.

44. Достоинства и недостатки малого бизнеса.

45. Факторы и типы монополизирующих барьеров.

46. Задачи службы безопасности.

ГЛОССАРИЙ

Авторское право – исключительное право на использование произведений науки, литературы и искусства, а именно право на воспроизведение, публикацию, продажу их содержания и формы. Состоит из права авторства, права на авторское имя, права на неприкосновенность произведения и т. д.; действует в течение всей жизни автора и 50 лет после его смерти. Как институт гражданского права регулируется национальными законами и международными конвенциями.

Активы – ценные ресурсы или имущество, принадлежащие конкретному предпринимателю/предприятию: деньги в банке, счета к получению, ценные бумаги, записанные на имя компании, недвижимость или здания, оборудование, готовый товар на продажу или полуфабрикаты, сырье, материалы и все, имеющее стоимость и принадлежащее предприятию. Активы могут включать рекламации.

Акция – права на владение бизнесом, который находится в собственности держателей акций. Существуют различные типы акций, которые предполагают наличие различных прав, например, есть акции, дающие право голоса их владельцу. Акция указывает на долю участия в бизнесе, долю в его доходах и роль в управлении им. Поскольку стоимость вложения оплачивается из доходов, ценность первоначального вложения может либо существенно возрасти, либо быстро уменьшиться или может быть потеряна в зависимости от состоятельности фирмы. Сумма акции просчитывается в любое время вычитанием пассивов (того, что предприятие должно) из активов (того, что имеет предприятие) в данный момент.

Аренда – долгосрочный договор на взаимовыгодной основе между арендодателем и арендатором, который гарантирует арендодателю то, что его собственность будет арендована, а арендатору – то, что именно ему будет сдана в аренду собственность арендодателя.

Аутсорсинг – заключение субдоговора на выполнение работ с внешними фирмами. Как метод эффективен только при наличии конкурентной среды. Наиболее широко используются такие его формы, как аутсорсинг изготовления комплектующих деталей, проведения ремонтных работ, бухгалтерского учета, маркетинга, кадрового менеджмента, логистики, внедрения проектов. В предельном случае на аутсорсинг могут быть отда-

ны все функции предприятия, кроме тех, выполнение которых вам нравится или получается у вас лучше всего.

Барьеры для доступа – ограничения по проникновению в определенную сферу деятельности новых производителей, а именно: высокая капиталоемкость производства, насыщенность рынка, высокие расходы на рекламу, особенности национального законодательства. Барьеры для доступа снижают уровень конкуренции на рынке, сокращают число участников рынка, мешая свободной конкуренции на рынках товаров и услуг.

Барьеры торговые – искусственные ограничения свободного обмена товарами и услугами между странами, обычно практикуемые в виде тарифов, квот или валютного контроля.

Безопасность экономическая – 1) условия, создаваемые государством, которые гарантируют защиту экономической системы страны от нанесения ей непоправимого ущерба из-за внутренних и внешних экономических угроз; 2) условия сохранности конфиденциальной экономической информации, коммерческой тайны компании, фирмы.

Валовая прибыль – разница между ценой, полученной от первого покупателя продукции, и переменными затратами.

Вертикальная интеграция – производственное и организационное объединение предприятий, связанных общим участием в производстве, продаже, потреблении единого конечного продукта. Охватывает поставщиков материалов, изготовителей узлов и деталей, сборщиков конечного изделия, продавцов и потребителей конечного продукта.

Глобализация – развивающаяся тенденция в мировой экономике к динамичному перераспределению производственных сил, капитала, торговых усилий в наиболее выгодных для предпринимательства странах и регионах нашей планеты.

Горизонтальная интеграция – объединение предприятий, выпускающих однородную продукцию и применяющих сходные технологии.

Государственная корпорация в РФ – не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная Российской Федерацией на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций. Имущество, переданное государственной корпорации, является ее собственностью.

Государственное предприятие – предприятие, основные средства которого находятся в государственной собственности и руководители

которого назначаются или нанимаются по контракту государственными органами. Основную часть своих доходов получает за счет продажи товаров или услуг, а не из государственного бюджета.

Диверсификация – одна из форм концентрации капитала; перевод капитала из менее доходных отраслей в более рентабельные, минуя традиционный рынок капитала. Применяется с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды и предотвращения банкротства в условиях неравномерного развития экономики: быстрого роста одних отраслей, упадка или стагнации (застоя) других. Диверсификация производства – одновременное развитие многих не связанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий в рамках одного предприятия, концерна и т. п. Диверсификация продукции – производство значительного числа модификаций одной и той же продукции. Диверсифицируя свое производство и продукцию, фирмы проникают в новые для себя отрасли и сферы, расширяют ассортимент товаров и постепенно превращаются в многоотраслевые комплексы.

Залог – имущество, отданное в залог кредитору для обеспечения ссуды. Если заемщик не может погасить ссуду, то кредитор имеет право вступить во владение имуществом или продать его для возмещения ссуды.

Импортозамещение (замещение импорта) – уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства в стране такого же или аналогичного товара (импортозамещающего товара).

Инвестиции – совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений частного или государственного капитала в различные отрасли национальной (внутренние инвестиции) или зарубежной экономики (заграничные инвестиции) с целью получения прибыли.

Инновация – реализованное нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта.

Инсайдерская информация – 1) в широком смысле – любые сведения, относящиеся к финансовым операциям фирмы и осуществляемой для этого деятельности, раскрытие которых может оказать существенное влияние на исполнение финансовых операций; 2) в узком смысле (на фондовом рынке) – любые сведения, относящиеся к акциям и операциям с ними, а также к эмитенту ценных бумаг и осуществляемой им деятельности, раскрытие которых может оказать существенное влияние на рыночную цену указанных бумаг.

Инфраструктура – термин, появившийся в экономической литературе в конце 40-х гг. XX в., для обозначения комплекса отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное и сельскохозяйственное производство, в числе которых строительство шоссейных дорог, каналов, портов, мостов, аэродромов, складов; энергетическое хозяйство; железнодорожный транспорт; связь; водоснабжение и канализация; общее и профессиональное образование; расходы на науку, здравоохранение и т. п. Особенность инфраструктурных отраслей – их двойственный характер. С одной стороны, без развития этих отраслей невозможно существование промышленности и сельскохозяйственных предприятий, где производятся товары и создается прибавочная стоимость. С другой стороны, создание этих отраслей и их функционирование не приносит прибыли тому, кто осуществляет капиталовложения в эти отрасли, но увеличивает прибыль промышленных и сельскохозяйственных компаний. В условиях научно-технической революции четко обнаружилась прямая зависимость темпов роста производства и его эффективности от развития инфраструктуры. Чем выше уровень развития производительных сил, тем больших капиталовложений требуют инфраструктурные отрасли.

Истеблишмент – совокупность людей, занимающих ключевые позиции в социальной системе, и совокупность институтов, с помощью которых эти люди поддерживают существующий социальный порядок.

Каналы распределения – различные пути поступления продукции к потребителю. Выбор каналов продажи является подготовительным этапом маркетинга продукции. Каждая компания может иметь собственные пункты поставки продукции к конечному пользователю (например, магазины розничной торговли) или пункты продажи оптовым закупщикам, которые затем будут реализовывать продукцию розничным продавцам. Компания может иметь свой собственный торговый персонал, осуществляющий продажу продукции, или нанять коммивояжеров для получения заказов от посредников. В соответствии с этим компания устанавливает свои отпускные цены, упаковывает и рекламирует свой товар.

Капитал – имеющиеся деньги, которые можно инвестировать, или совокупные имеющиеся активы, которые можно пустить на производство. Иначе говоря, капитал состоит из совокупной собственности и денежных ресурсов, которые можно использовать для ведения дела и на необходимые жизненные нужды при функционирующем бизнесе.

Капитальные вложения – вложения в реальные активы, преимущественно в основные фонды; носят, как правило, единовременный характер и являются долгосрочными.

Контракт – соглашение, договор с взаимными обязательствами двух или более договаривающихся сторон. Обычно составляется в письменной форме. К контракту нужно относиться очень серьезно, поскольку он юридически связывает стороны, его подписавшие.

Концерн – форма договорного объединения предприятий и организаций различных отраслей на основе общности интересов. Предполагает делегирование части прав членов концерна коллегиальному органу управления, проведение единой экономической политики, централизацию части финансов, некоторых функциональных служб и др. Члены концерна сохраняют хозяйственную самостоятельность, но не могут входить в состав других концернов.

Концессия – договор на сдачу в эксплуатацию на определенных условиях природных богатств, предприятий и других хозяйственных объектов, принадлежащих государству или муниципалитетам. Концессионерами преимущественно являются крупные монополии, использующие концессию для получения высоких прибылей.

Конъюнктура – совокупность условий, взятых в их взаимной связи, сложившаяся обстановка, временная ситуация, положение вещей в какой-либо области – экономической, политической. В экономике каждой страны одновременно развиваются десятки отраслевых и тысячи товарных конъюнктур – составных частей, клеточек общехозяйственной конъюнктуры отдельных стран. В свою очередь, они служат составными частями конъюнктуры мирового хозяйства. Основными показателями конъюнктуры являются: объем выпускаемой промышленной продукции и капитального строительства, движение внутренней и внешней торговли, степень использования производственных мощностей, величина запасов готовых изделий, полуфабрикатов и сырья, динамика цен, прибылей, процентов, курсов ценных бумаг, масштабы банкротств, занятости и безработицы, движение заработной платы и т. п. Колебания конъюнктуры обусловлены действием многочисленных постоянных и временных факторов: научно-технического прогресса, концентрации и централизации производства и капитала, валютных кризисов, инфляции, сезонности в производстве и потреблении, социальных конфликтов, международных и внутривнутриполитических кризисов, войн, стихийных бедствий, спекуляций и т. п.

Креативность (от лат. *creatio* – творчество, сотворение из ничего) – как правило, этот термин обозначает конъюнктурно-технологический, прагматический элемент творчества, т. е. изначальное понимание того, что именно нужно создавать, зачем это нужно создавать, для кого и каким образом.

Лицензирование – по законодательству РФ мероприятия, связанные с предоставлением лицензий; с переоформлением документов, подтверждающих наличие лицензий; с приостановлением и возобновлением действия лицензий; с аннулированием лицензий; с контролем лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами соответствующих лицензионных требований и условий.

Монополия – тип отраслевого рынка, на котором присутствует единственный продавец товара, способный влиять на общий объем предложения и цену товара или услуги, отсутствуют близкие заменители товара и имеются высокие барьеры входа.

Налоговая оптимизация – уменьшение размера налоговых обязательств посредством целенаправленных правомерных действий налогоплательщика, включающих в себя полное использование всех предоставленных законодательством льгот, налоговых освобождений и других законных приемов и способов. С точки зрения применяемых методов различается налоговая оптимизация через разработку приказа об учетной и налоговой политике организации, через замену или разделение правоотношений, через непосредственное воздействие на объект налогообложения путем его изменения или сокращения его количественных характеристик, через использование предусмотренных законом льгот и освобождений и т. д.

НИОКР – сокращенное обозначение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, проведение которых необходимо при создании новых товаров и технологий.

Оборотный капитал – запас денежных средств, необходимых для поддержания процесса производства или торговых операций. Состоит из запасов и ликвидных ресурсов. Если предприятие должно кредитовать своих клиентов или если производственный цикл достаточно продолжителен, в связи с чем продажи приносят наличные средства после длительного периода времени, расходы необходимо будет покрывать за счет либо собственных средств, либо за счет кредитов, либо за счет средств из других источников, но не за счет поступлений от продаж.

Опцион – контракт (двустороннее соглашение), по которому одна из сторон приобретает право на покупку или продажу определенного базисного актива (товара, акций, валюты) по фиксированной цене, действующей в течение всего указанного в контракте (соглашении) срока, а другая сторона обязуется обеспечить осуществление этого права.

Основное оборудование – оборудование, используемое для производства товара или услуги либо для продажи, складирования и механизированной доставки товара. Такое оборудование не будет продано при нормальном развитии бизнеса, но будет использовано (изношено или израсходовано) в ходе производства.

Оценочная компания – организация, производящая оценочную экспертизу различных видов собственности.

Патент – выдаваемый компетентным государственным органом на определенный срок документ, удостоверяющий авторство и исключительное право на изобретение и наделяющий владельца титулом собственника на изобретение. Патент защищает владельца от внутренних и зарубежных конкурентов и действует на территории той страны, где он выдан. Обычно патент подкрепляется регистрацией товарного знака или промышленного образца.

Перекрестное владение – механизм вертикальной интеграции на рынках товара и капитала, когда одна компания является держателем акций другой компании.

Предпринимательская операция – предпринимательская сделка, акт, состоящий из одного полного цикла. Начинается с возникновения и оформления идеи, планирования операции, составления бизнес-плана, расчета ресурсов, минимизации издержек, заключения контракта, получения товаров или услуг и завершается реализацией товара и получением прибыли.

Продвижение на рынок – использование бизнесом различных средств для информирования рынка о своей продукции и услугах, таких, например, как реклама в СМИ или распространение листовок и буклетов в пунктах розничной торговли.

Рыночные силы – силы предложения и спроса, которые на свободном рынке определяют наличные объемы того или иного товара и запрашиваемую за них цену. Рост спроса влечет увеличение цены и расширение предложения, расширение предложения вызывает падение цен и спроса.

В реальной жизни большинство рынков находится под воздействием либо ограничений в поставках, либо государственного вмешательства, что влияет на спрос, предложение и цену.

Связи с общественностью – компонент стратегического подхода к рынку, состоящий в использовании компанией таких различных средств, отличающихся от рекламы, как пресса, научные контакты и др., для обеспечения известности своей продукции, торговой марки и сохранения соответствующего имиджа компании.

Сегмент рынка – группа потенциальных потребителей с определенными характеристиками. Для маркетинга своей продукции любая компания должна определить сегменты рынка, заинтересованные в этой продукции. Обычно выделение сегментов рынка проводится на основе уровня дохода, возраста, рода деятельности потребителей, района проживания, частоты покупок. Каждый сегмент рынка может потребовать разработки определенной сети распределения, соответствующих цен и упаковок.

Сопутствующая продукция – второстепенная продукция, полученная из того же сырья, из которого произведена основная продукция, или произведенная из остатков материалов. Даже если сопутствующая продукция имеет незначительную ценность, ее следует принимать во внимание и подсчитывать. Изучение рынка должно также включать выявление потенциальных потребителей сопутствующей продукции.

Социальное партнерство – система взаимоотношений между работодателями, государственными органами и представителями наемных работников, опирающаяся на переговоры, поиск взаимоприемлемых решений в регулировании трудовых и иных социально-экономических отношений. Главным методом обеспечения согласия субъектов социального партнерства является консенсус, достигаемый в ходе переговоров.

Спот – вид сделки на наличный товар или валюту, в том числе при биржевой торговле, предполагающий немедленную оплату и поставку. Для сделки на условиях спот, связанной с валютой, поставка валюты производится в течение суток.

Торги – публичная продажа продукции или услуг на основе конкурса между их поставщиками, предоставляющего покупателям возможность выбора наилучшей цены из предложенных. Для организации торгов разрабатывается перечень критериев окончательного отбора предложений и создается комиссия для их анализа. Расходы и затраты времени на органи-

зацию конкурса возмещаются за счет экономии на ценах, соблюдения сроков поставки или оплаты штрафов в случае задержки оплаты.

Транзакция – 1) банковская операция, состоящая в переводе денежных средств с одного счета на другой; 2) в информационных системах – последовательность логически связанных действий, переводящих информационную систему из одного состояния в другое.

Транснациональная корпорация (ТНК) – корпорация, которая владеет производственными подразделениями в других странах, производит и продает свою продукцию за границей. Страна, в которой находится штаб-квартира ТНК, называется страной базирования ТНК. Страны, в которых размещена собственность ТНК, называются принимающими странами. Зарубежная собственность ТНК – международное производство.

Унификация – приведение к единообразию, единой форме или системе; в технике – приведение к рациональному минимуму типоразмеров, марок, форм, свойств и т. п. неоправданного многообразия изделий, их составных частей и деталей одинакового назначения, с тем чтобы обеспечить единые способы изготовления, сборки, испытаний и т. п. различных видов продукции и средств ее производства.

Услуги – блага, предоставляемые в форме деятельности. В экономической теории – товары, которые могут производиться, передаваться и потребляться одновременно. Услуга характеризуется неосвязаемостью, несохраняемостью, непостоянством качества и неотделимостью от источника.

Франчайзер – компания, деятельность которой состоит в продаже права пользования брендом и бизнес-моделью или определенной серией товара владельцам малого бизнеса.

Франшиза – право или привилегия реализовать определенного вида товары или услуги. Обычно франчайзер (см.) и предприниматель (франчайзи) заключают контракт, по которому франчайзер поставяет продукцию, материалы или ноу-хау, а франчайзи соглашается эксклюзивно реализовать товар или вести бизнес в соответствии со стандартами, определенными франчайзером.

Фьючерс – контракт (соглашение) на покупку (продажу) финансовых инструментов или определенных товаров при условии их оплаты по согласованной цене через определенный срок после заключения сделки. Заключается с целью страхования (хеджирования) сделки с наличным товаром, получения разницы в ходе перепродажи фьючерсного контракта или

для получения прибыли от изменения цен или курсов, возникающих к сроку ликвидации сделки.

Целевой рынок – группы людей как потенциальных покупателей определенных товаров и услуг, отличающиеся друг от друга по социально-экономическим, демографическим и другим характеристикам.

Экономическая эффективность – результат производственной деятельности, выражающийся в виде соотношения между итогами хозяйственной деятельности и затратами ресурсов.

Экономическое развитие – структурная перестройка экономики в соответствии с потребностями технологического и социального прогресса. Основные показатели экономического развития страны – рост ВВП или ВНП на душу населения, свидетельствующий о росте эффективности использования производственных ресурсов страны и росте среднего благосостояния ее граждан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ГОСТ Р 51901.1-2002. Менеджмент риска. Анализ риска технологических систем // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовой и нормативно-технической документации : [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200030153> (дата обращения: 29.09.2020).

Гражданский кодекс Российской Федерации : введен в действие Федеральным законом Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 29.09.2020).

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 года № 146-ФЗ (ред. от 20.07.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2020) // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349273/ (дата обращения: 29.09.2020).

Федеральный закон от 26.10.2002 года № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (последняя редакция) // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/ (дата обращения: 29.09.2020).

Федеральный закон от 24.07.2007 года № 209-ФЗ (ред. от 08.06.2020) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения: 29.09.2020).

Абакумова О. А. Основы предпринимательской деятельности : учеб. пособие / О. А. Абакумова, А. В. Любаненко, А. А. Чукарев. – Тюмень : Тюмен. гос. ун-т, 2016. – 354 с. – ISBN 978-5-400-01236-5. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571402> (дата обращения: 25.09.2019).

Адамова В. Общественный долг платежом красен / В. Адамова // Директор. – 2003. – № 9.

Андросова Е. Верхом на звезде / Е. Андросова // Деловой квартал. – 2004. – № 46.

Балдин К. В. Управление рисками : учеб. пособие / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев. – Москва : ЮНИТИ, 2012. – 511 с. – ISBN 5-238-00861-9.

Библиоклуб : [сайт]. – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Буянов В. П. Управление рисками (рискология) / В. П. Буянов, К. А. Кирсанов, Л. М. Михайлов. – Москва : Экзамен, 2003. – ISBN 5-946-92536-9.

В Свердловской области создана Ассоциация отраслевых союзов АПК : [сайт]. – URL: <https://regnum.ru/news/economy/318676.html> (дата обращения: 06.11.2019).

Галаган А. А. История предпринимательства российского : От купца до банкира / А. А. Галаган. – Москва : Ось-89, 1997. – URL: http://business.vib.edu.ru/ist_rospr/index.html (дата обращения: 29.09.2020). – ISBN 5-86894-147-0.

Гойхман М. Отраслевая структура экономики России 2018 / М. Гойхман. – URL: <https://rg.ru/2018/04/27/ekonomisty-nazvali-ogranichiteli-rosta-ekonomiki-rossii.html> (дата обращения: 25.11.2019).

Гранагуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения / В. М. Гранагуров. – Москва : Дело и сервис, 2016. – 288 с. – ISBN 978-5-8018-0447-7.

Группа компаний «Мясной союз» : [сайт]. – URL: <http://www.m-union.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Гулин К. А. Основы предпринимательства : учеб. пособие / К. А. Гулин, А. Е. Кремин. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2017. – 106 с. – ISBN 978-5-93299-373-6. – URL: <http://library.vssc.ac.ru/Files/books/1501829171gulinkremin3.pdf> (дата обращения: 25.09.2019).

Дмитриев Е. Неурожайный ход / Е. Дмитриев, И. Шабанова // Экономика и предпринимательство. – 2004. – № 3.

Домашний бизнес : [сайт]. – URL: <http://www.homebusiness.ru> (дата обращения: 06.11.2019).

Европейская стратегия экономического развития «Европа 2020» : [сайт]. – URL: <https://www.spbstu.ru/upload/inter/european-strategy-economic-development.pdf> (дата обращения: 06.11.2019).

Единая торговая компания : [сайт]. – URL: <http://www.etk.su/> (дата обращения: 06.11.2019).

Емельянов Е. Н. Психология бизнеса : учеб. пособие / Е. Н. Емельянов, С. Е. Поварнищина. – Москва : Армада, 1998. – 511 с. – ISBN 5-7632-08110.

Иванов Д. Стройся, девелоперы идут! / Д. Иванов // Деловой квартал. – 2004. – № 31. – С. 52–54.

Информация о НО «Союз предприятий молочной промышленности Свердловской области» : [сайт]. – URL: <http://so-molsoyuz.ru/souz.html> (дата обращения: 06.11.2019).

История мирового алмазного бизнеса De Beers : [сайт]. – URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/118715> (дата обращения: 06.11.2019).

Профессиональные справочные системы «Кодекс» : [сайт]. – URL: <https://kodeks.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Корпоративный менеджмент : [сайт]. – URL: <http://www.cfin.ru> (дата обращения: 06.11.2019).

ООО «Деловая Россия» : [сайт]. – URL: <https://deloros.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Опарин И. Д. Обучение предпринимательству и формирование компетенций, связанных с оценкой ущерба и управлением рисками / И. Д. Опарин, А. А. Яшин, А. В. Филиппов // Современная конкуренция. – 2018. – Т. 12. – № 4(70)–5(71). – С. 29–39.

Опора России : [сайт]. – URL: <http://opora.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Официальный интернет-портал Федеральной налоговой службы : [сайт]. – URL: <https://www.nalog.ru/rn66/taxation/taxes/patent/> (дата обращения: 29.09.2020).

Парфенов Д. Цыганские страсти : К вопросу о целесообразности и возможности прогнозирования рыночной ситуации / Д. Парфенов // Национальная металлургия. – 2003. – № 3–4.

Попков В. П. Обеспечение конкурентных преимуществ предпринимательской структуры на основе развития социально ориентированной деятельности / В. П. Попков, Н. Ю. Никитина, С. А. Полынцев. – СПб. : Изд-во Политех. ун-та, 2016. – 196 с. – ISBN (Print) 978-5-7422-5140-8.

Правительство России : [сайт]. – URL: <http://government.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Предпринимательство : учебник / А. Н. Романов, В. Я. Горфинкель, Г. Б. Поляк и др. ; ред. В. Я. Горфинкель, Г. Б. Поляк. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 687 с. – (Золотой фонд российских учебников). – ISBN 978-5-238-01545-3. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116987> (дата обращения: 22.10.2020).

Проблемы и перспективы малого предпринимательства в России : [сайт]. – URL: <https://vseproip.com/biznes-ip/maluy/malyj-biznes.html> (дата обращения: 06.11.2019).

Развитие Бизнеса / Ру 2.0 : [сайт]. – URL: <http://www.devbusiness.ru> (дата обращения: 06.11.2019).

Рамблер : [сайт]. – URL: <https://www.rambler.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Рогов М. А. Риск-менеджмент / М. А. Рогов. – Москва : Финансы и статистика, 2001. – 118 с. – ISBN 5-279-02379-5.

Российский Союз промышленников и предпринимателей : [сайт]. – URL: <http://www.rspp.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Российский союз хлебопекарной промышленности (Российский союз пекарей) : [сайт]. – URL: <http://roshleb.com/> (дата обращения: 06.11.2019).

Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата : [сайт]. – URL: <http://spbtppr.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Свердловская область: отраслевые союзы объединились в ассоциацию : [сайт]. – URL: <http://www.allmedia.ru/newsitem.asp?id=726154> (дата обращения: 06.11.2019).

Современные проблемы развития малого предпринимательства : [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-razvitiya-malogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 06.11.2019).

ТАСС : [сайт]. – URL: <https://tass.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Центральная научная сельскохозяйственная библиотека» (ФГБНУ ЦНСХБ) : [сайт]. – URL: <http://www.cnshb.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Экономика и жизнь : [сайт]. – URL: <https://www.eg-online.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

Экономический словарь : справ. изд. / В. И. Нечаев, П. В. Михайлушкин. – Краснодар: Атри, 2011. – 464 с. – ISBN 978-5-904661-05-2.

Яндекс : [сайт]. – URL: <https://yandex.ru/> (дата обращения: 06.11.2019).

FOREST.RU : [сайт]. – URL: <http://old.forest.ru/rus/periodics/f-news/048.htm> (дата обращения: 06.11.2019).

Unecе : [сайт]. – URL: <https://www.unecе.org/ru/info/about-unecе/missija.html> (дата обращения: 06.11.2019).

Yahoo : [сайт]. – URL: <https://www.yahoo.com/> (дата обращения: 06.11.2019).

**Показатели деятельности сельскохозяйственных компаний
Российской Федерации по итогам 2016 года,
млн руб.**

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
1	ГК «Содружество», переработка масло-содержащих культур	126 610,8	Нет данных	174,6
2	Агропромышленный холдинг «Мираторг», животноводство и растениеводство, переработка	108 253,9	13 782,4	Нет данных
3	ГК «Эфко», производство растительных рафинированных масел и жиров	106 900	1 240	616,4
4	АО ВБД, производство напитков и продуктов питания	96 036,4	3 799,1	5 477
5	ГК «Русагро», производство сахара, свинины, масложировой продукции, выращивание сельскохозяйственных культур	84 257	13 675	16 700
6	Группа «Черкизово», разведение свиней и птицы, переработка, производство мясной продукции и комбикормов	82 417,2	1 919	8 570

Продолжение прил. 1

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
7	ООО «Каргилл», ООО «Провими», производство крахмала и крахмалопродуктов, сахаров и сахарных сиропов, комбикормов	81 413,7	3 242,3	1 236
8	ОАО «Астон», производство продуктов питания и пищевых ингредиентов	76 575,6	1 973,8	176
9	ГК «Агро-Белогорье», животноводство в сочетании с растениеводством	57 960,5	3 044,1	Нет данных
10	АО «Данон Россия», производство молочных продуктов	53 562	78,2	Нет данных
11	Агрохолдинг «БЭЗРК-Белгранкорм», животноводство в сочетании с растение- водством, производство мяса птицы, свинины, говядины и колбасных изделий	48 279,8	5 400	33,9
12	Холдинг «Продимекс», производство сахара	46 944	942	Нет данных
13	АО «Фирма “Агрокомплекс”» им. Н. И. Ткачева, растениеводство	44 756,5	2 944	8 586,8

Продолжение прил. 1

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
	в сочетании с животноводством			
14	Холдинг «Солнечные продукты», производство масло-жировой продукции, продуктов питания	42 327,3	Нет данных	38,5
15	Холдинг «Белая птица», разведение птицы, переработка мяса	42 327,3	-895,2	1 131,6
16	ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат», свиноводство, производство продуктов мясопереработки и полуфабрикатов	39 569	927,5	101,9
17	Агрохолдинг «Комос-групп», свиноводство, птицеводство, переработка мяса и молока, производство комбикормов	39 245	621	2 870
18	Группа «Продо», птицеводство, свиноводство и переработка	36 200	Нет данных	Нет данных
19	ЗАО «Приосколье», разведение сельскохозяйственной птицы	35 079,1	1 981,7	358,1

Продолжение прил. 1

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
20	Великолукский агропромышленный холдинг, разведение и выращивание племенного поголовья свиней, мясопереработка	31 238,4	5 507,9	3 493,2
21	ГАП «Ресурс», производство продуктов питания из мяса птицы, выращивание зерновых и масличных сельскохозяйственных культур	31 019	Нет данных	Нет данных
22	«Агросила-Групп», растениеводство, производство комбикормов, продукции животноводства, переработка зерна, сахарной свеклы	31 000	2 993,3	Нет данных
23	ГК «Агропром-комплектация», растениеводство, животноводство, производство кормов	28 242,4	Нет данных	Нет данных
24	ООО «МЭЗ «Юг Руси»», производство растительных масел	25 589,3	424,3	0,5
25	«Копитания», агропромышленный холдинг полного цикла, от растениеводства до производства	25 375,7	880,6	Нет данных

Продолжение прил. 1

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
	и реализации мясной продукции			
26	АВК «Эксима», свиноводство, переработка и консервирование мяса, растениеводство и овощеводство, производство готовых кормов	22 950,6	445,3	1 157,7
27	ГК «Талина», производство колбасной продукции и мясных деликатесов	22 737,9	1 808,9	899,5
28	АО НМЖК, производство маргарина и пищевых продуктов	22 714,8	-5,9	80,8
29	ООО «Юг Сибири», производство растительных масел, шрота	21 858,9	-61,5	59,1
30	ГК «Дамате», выращивание и переработка индейки, производство и переработка молока	20 229,6	-203,2	Нет данных
31	Группа «Сфера», производство и переработка сельхозпродукции	19 764,1	-828,9	Нет данных
32	АО «Макфа», производство муки	19 440,2	1 455	290,3

Продолжение прил. 1

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
	из зерновых и растительных культур, готовых мучных смесей и теста для выпечки			
33	АО «Птицефабрика “Северная”», разведение сельскохозяйственной птицы	19 305,9	1 735,8	142,9
34	Холдинг «Авангард-Агро», сельскохозяйственное производство	17 996	4 700	Нет данных
35	«Аладушкин-Групп», производство муки из зерновых и растительных культур, готовых мучных смесей, теста для выпечки, круп, производство готовых кормов	17 712,9	812	98
36	АО «Сибирская аграрная группа», АО «Аграрная группа», сельское хозяйство, производство продуктов питания	17 494,2	1 806,2	1 888,1
37	Холдинговая компания «Ак Барс», растениеводство, животноводство, птицеводство, переработка	17 249	192,3	194,6

Продолжение прил. 1

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
	сельскохозяйственной продукции и молока			
38	ГК «Янта», производство качественных продуктов питания, сырья для пищевой и перерабатывающей промышленности, сельскохозяйственных кормов	16 777,9	2 511,2	577,3
39	АО «Молвест», производство молочных продуктов	16 738,6	27	33,9
40	Объединение «Союзпищепром», производство макаронных изделий, готовых завтраков, муки всех сортов, крупяных изделий, яйца, мяса птицы	15 152,3	618,8	250,4
41	ООО «Агрофирма «Ариант»», сельскохозяйственное производство	14 738,4	-126,1	430,9
42	ООО «Компания «Благо»», производство растительных масел	13 352,5	17	16,2
43	ОАО «Сады Придонья», производство фруктовых и овощных соков	12 913,9	533,5	141,8

О к о н ч а н и е п р и л . 1

№ п/п	Компания	Объем реализации продукции	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
44	Агрохолдинг «Звениговский», животноводство и растениеводство, переработка	12 563	926,9	Нет данных
45	АО «Казанский МЭЗ», переработка масличных культур, производство масел и жиров	12 412,7	309,5	473,1
46	ГК «АПК «Дон»», животноводство, растениеводство, производство кормов	12 216	1 603,4	Нет данных
47	«ЭкоНива-АПК-холдинг», животноводство в сочетании с растениеводством	11 840,4	1 559,5	Нет данных
48	Холдинг «Российские мясопродукты», производство колбас и мясных деликатесов	11 763,6	517,6	Нет данных
49	ООО «Белая птица Курск», производство и консервирование мяса птицы	11 423,7	29,3	122
50	ООО «Птицефабрика «Акашевская»», разведение сельскохозяйственной птицы, переработка	11 284,9	-4 815,3	178,2

Основные режимы налогообложения в Российской Федерации

Режим налогообложения	Налог		Налоговая база	Налоговая ставка
	Для организаций	Для индивидуальных предпринимателей		
Общая система налогообложения (ОСНО)	Налог на добавленную стоимость (НДС)		Реализация товаров (работ, услуг)	20 % (0 % и 10 %, льготные ставки)
	Налог на прибыль организаций	–	Полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов	До 20 %
	–	Налог на доход физических лиц (НДФЛ)	Все доходы физических лиц	13 %
	Страховые взносы за работников (пенсионное страхование/ социальное страхование/ медицинское страхование)	Страховые взносы за себя и работников (пенсионное страхование/ социальное страхование/ медицинское страхование)	Выплаты и иные вознаграждения в пользу работников	30 % (22 %/ 2,9 %/ 5,1 %)

Продолжение прил. 2

Режим налогообложения	Налог		Налоговая база	Налоговая ставка
	Для организаций	Для индивидуальных предпринимателей		
	Налог на имущество организаций	–	Среднегодовая стоимость имущества	Не более 2,2 %
	–	Налог на имущество физических лиц	Кадастровая или инвентаризационная стоимость имущества	От 0,1 до 2 %
Режим налогообложения	Заменяемые налоги		Налоговая база	Налоговая ставка
	Для организаций	Для индивидуальных предпринимателей		
Упрощенная система налогообложения (УСНО)	Налог на прибыль организаций; налог на имущество организаций; налог на добавленную стоимость (НДС)	Налог на добавленную стоимость (НДС); налог на доход физических лиц (НДФЛ); налог на имущество физических лиц	Доходы	6 %
			Доходы, уменьшенные на величину расходов	15 %

О к о н ч а н и е п р и л . 2

Режим налогообложения	Налог		Налоговая база	Налоговая ставка
	Для организаций	Для индивидуальных предпринимателей		
Единый налог на вмененный доход (ЕНВД)	Налог на прибыль организаций; налог на имущество организаций; налог на добавленную стоимость (НДС)	Налог на добавленную стоимость (НДС); налог на доход физических лиц (НДФЛ); налог на имущество физических лиц	Вмененный доход	15 %
Патентная система налогообложения	Не применяется	Налог на добавленную стоимость (НДС); налог на доход физических лиц (НДФЛ); налог на имущество физических лиц	Потенциально возможный к получению годовой доход	До 6 %

Отличительные особенности основных режимов налогообложения в Российской Федерации

Режим налогообложения	Требования по применению	Преимущества	Недостатки
Общая система налогообложения (ОСНО)	Используется по умолчанию (требования отсутствуют)	<ul style="list-style-type: none"> – Практически нет ограничений по видам деятельности. – Отсутствуют ограничения: на объем выручки организации; на размеры рабочих площадей; на количество работников; на размер имущества на балансе компании. – Налог на прибыль не уплачивается, если организация в убытке 	<ul style="list-style-type: none"> – Большой объем уплачиваемых налогов. – Надо обеспечивать сохранность данных бухгалтерского и налогового учета в течение четырех лет. – Высокий уровень внимания со стороны налоговых и правоохранительных органов
Упрощенная система налогообложения (УСНО)	<p>Не вправе применять УСНО:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организации, имеющие филиалы; – организации и индивидуальные предприниматели, занимающиеся производством подакцизных товаров; 	<ul style="list-style-type: none"> – Упрощенное ведение налогового учета (ведется книга учета доходов и расходов). 	<ul style="list-style-type: none"> – Ограничения по видам деятельности. – Невозможность открытия представительств или филиалов.

Продолжение прил. 3

Режим налогообложения	Требования по применению	Преимущества	Недостатки
	<ul style="list-style-type: none"> – организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25 % (за исключением некоторых организаций); – организации и индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за налоговый (отчетный) период превышает 100 человек; – организации, у которых остаточная стоимость основных средств превышает 150 млн рублей; – организации и индивидуальные предприниматели, перешедшие на систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей; – банки; страховщики; негосударственные пенсионные фонды; инвестиционные фонды; профессиональные участники рынка ценных бумаг; ломбарды 	<ul style="list-style-type: none"> – Упрощенное ведение бухгалтерского учета (подается декларация за год). – Возможность выбрать объект налогообложения (доход 6 % или доход минус расход 15 %) 	<ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие возможности уменьшения налоговой базы на сумму убытков, полученным при переходе на иные режимы налогообложения и на оборот. – Наличие убытков не освобождает от уплаты минимального размера налога (при объекте «доходы минус расходы»). – Ограничение по размеру полученных доходов, остаточной стоимости основных средств и нематериальных активов

Продолжение прил. 3

Режим налогообложения	Требования по применению	Преимущества	Недостатки
<p>Единый налог на вмененный доход (ЕНВД)</p>	<p>Не вправе применять ЕНВД:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организации, осуществляющие деятельность в рамках договора простого товарищества; – крупнейшие налогоплательщики; – организации и индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за налоговый период превышает 100 человек; – организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25 %; – образовательные организации, медицинские организации и организации социального обслуживания в части предпринимательской деятельности по оказанию услуг общественного питания; – организации, оказывающие услуги по сдаче в аренду автозаправочных станций; – организации, перешедшие в соответствии с НК РФ на уплату единого сельскохозяйственного налога 	<ul style="list-style-type: none"> – При росте реальных доходов размер рассчитанного налога остается на прежнем уровне. – Налогоплательщики ЕНВД имеют право уменьшить сумму налога на сумму уплаченных страховых взносов. – Предельно простая отчетность (декларации сдаются ежеквартально и не содержат сложных расчетов) 	<ul style="list-style-type: none"> – Платить рассчитанный налог придется в обязательном порядке вне зависимости от полученного дохода. – Применение ЕНВД обычно нецелесообразно при ведении предпринимательства на больших торговых площадях. – Применение ЕНВД разрешено не во всех регионах и не для всех видов деятельности

О к о н ч а н и е п р и л . 3

Режим налогообложения	Требования по применению	Преимущества	Недостатки
<p>Патентная система налогообложения</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Приобретать патент имеют право только индивидуальные предприниматели. – Численность работников индивидуального предпринимателя по всем видам предпринимательской деятельности (включая виды деятельности, осуществляемые по другим налоговым режимам) не должна превышать за налоговый период 15 человек. 	<ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие обязанности подавать в налоговые органы декларацию, простое ведение налоговой отчетности. – Индивидуальные предприниматели могут до двух лет работать на нулевой налоговой ставке в течение налоговых каденцикул. – Гибкие сроки приобретения патента (от 1 до 2 месяцев) 	<ul style="list-style-type: none"> – Ограниченный перечень видов деятельности. – Ограничение по средней численности наемных работников. – Переход на другую систему налогообложения не ранее чем со следующего календарного года. – Стоимость патента нельзя уменьшить на сумму уплаченных страховых взносов
<ul style="list-style-type: none"> – Не применяется в отношении видов предпринимательской деятельности, осуществляемых в рамках договоров простого товарищества или договора доверительного управления 			

Учебное издание

Никитина Наталья Юрьевна
Корунов Сергей Михайлович
Яшин Александр Александрович
Опарин Иван Дмитриевич

Под общей редакцией
Н. Ю. Никитиной

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Учебное пособие

Заведующий редакцией *М. А. Овечкина*
Редактор *В. И. Первухина*
Корректор *В. И. Первухина*
Компьютерная верстка *Г. Б. Головиной*

Подписано в печать 10.12.2020. Формат 60×84 ¹/₁₆.

Бумага офсетная. Цифровая печать.

Уч.-изд. л. 12,2. Усл. печ. л. 14,88. Тираж 100 экз. Заказ 264.

Издательство Уральского университета.
Редакционно-издательский отдел ИПЦ УрФУ
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.
Тел.: +7 (343) 389-94-79, 350-43-28
E-mail: rio.marina.ovechkina@mail.ru

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ

620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.

Тел.: +7 (343) 358-93-06, 350-58-20, 350-90-13

Факс +7 (343) 358-93-06

<http://print.urfu.ru>

