

Учреждение образования  
**«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**В. П. Демидовец**

# **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**Тексты лекций для студентов специальности  
1-26 02 02 «Менеджмент»**

**Минск 2007**

УДК 338.22(075.8)  
ББК 65.05(2)Я7  
Д 30

Рецензенты:

канд. экон. наук, доцент *А. А. Брасс*

канд. экон. наук. *О. В. Редковская*

**Демидовец, В. П.**

Предпринимательский менеджмент : Тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 02 «Менеджмент». – Минск: БГТУ, 2007. – 123 с.

ISBN 978-985-434-739-4

Издание содержит тексты лекций по дисциплине «Предпринимательский менеджмент» в соответствии с базовой учебной программой данного курса. Большое внимание уделяется рассмотрению организационно-правового обеспечения предпринимательской деятельности в Республике Беларусь.

Раскрываются общие понятия, этапы развития и типология предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предприятий, договорные отношения и биржевое предпринимательство.

**ББК 65.05(2)Я7**  
**УДК 338.22(075.8)**

© УО «Белорусский государственный  
технологический университет», 2007

ISBN 978-985-434-739-4

© В. П. Демидовец, 2007

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Реформирование экономического механизма деятельности предприятий химико-лесного комплекса Республики Беларусь преследует цель создания необходимых условий для устойчивого роста экономики страны и развития конкурентных отношений между субъектами хозяйствования. При этом именно предпринимательство, в основе которого лежит инициативная и инновационная деятельность физических и юридических лиц, способно создать реальные предпосылки для экономического роста, повышения уровня занятости и благосостояния населения нашей страны. Как показывает мировой опыт, малое предпринимательство в развитых странах обеспечивает занятость 65 % населения, 57 % ВВП. В нашей республике эти показатели составили лишь 9,8 и 8,2 % соответственно, что говорит о возможных перспективах. Использование возможностей определяется качеством менеджмента, экономическими расчетами и благоприятной предпринимательской средой, что требует изучения основ организации и управления предпринимательской деятельностью, правового обеспечения процессов создания и развития предприятий.

Учебная дисциплина «Предпринимательский менеджмент» является одним из специализированных курсов цикла дисциплин по менеджменту. *Главная цель* текстов лекций заключается в предоставлении студентам необходимых теоретических знаний об особенностях управления и правового обеспечения предпринимательской деятельности, формирования организационной политики, договорных отношений, управления предпринимательскими рисками и государственном регулировании развития предпринимательской сферы.

В результате изучения курса студент должен изучить понятийный аппарат предпринимательского менеджмента, виды организационно-правовых форм предприятий, использование современных методов продвижения товаров, виды коммерческих сделок и договоров, основы организации биржевой торговли.

Данные тексты лекций разработаны в соответствии с учебной программой № ТД-333/баз., утвержденной 18 февраля 2003 г., и представляют собой содержание основных тем по курсу, изучение которых позволяет усвоить необходимый теоретический материал по специальности и сформировать у студентов навыки предпринимательского стиля мышления.

# 1. ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

## 1.1. Развитие теории и сущность предпринимательства. Предмет исследования дисциплины

Фундаментальные положения о предпринимательстве и предпринимателях заложены еще в учениях классиков экономической мысли XVIII–XIX вв., которые не потеряли актуальности и в настоящее время. При этом в работах классиков большее внимание уделяется исследованию сущности предпринимателя и его функций в экономическом развитии государства.

В XVIII в. считалось, что предприниматель (антрепренер) – это лицо, заключившее с государством контракт на определенную, заранее оговоренную стоимость. Этот человек брал на себя всю полноту финансовой ответственности за выполнение условий контракта. В случае если он выполнял все обязательства перед государством с меньшими затратами в сравнении с оговоренной стоимостью в контракте, то имел возможность присваивать разницу, т. е. получал предпринимательский доход.

Одну из первых концепций предпринимательства изложил ученый-экономист Р. Кантильон (1680–1734), по определению которого *предприниматель* – это человек, действующий в условиях риска. Р. Кантильон по сути явился родоначальником тезиса о предпринимателе как о хозяйствующем субъекте, принимающем на себя ответственность за несение различных рисков из-за неопределенности исхода экономической деятельности.

Значительный вклад в разработку теории предпринимательства внес А. Смит (1723–1790). *Предприниматель*, по Смиту, – это собственник капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли идет на экономический риск. Материальной основой предпринимательства А. Смит считал частную собственность. Тем не менее он указывал на то, что частная инициатива и погоня за прибылью может приводить к определенному сговору между предпринимателями и заключению различных соглашений о монопольном повышении цен. А. Смит первым сформулировал знаменитый принцип невмешательства государства в предпринимательскую сферу. Как он отмечал, государство должно устанавливать размер

процента, минимальную стоимость банковских акций и т. д., т. е. собственно заниматься финансово-кредитным регулированием.

По Смиуту, чтобы частное предприятие было полезно обществу, необходимы два важнейших условия: предприниматель должен иметь личную выгоду от предприятия, развитие конкуренции между предпринимателями должно их направлять к соблюдению обязательств и общественной пользе. Важное значение для развития предпринимательства имели разработанные ученым предложения о налоговой системе и таможенных пошлинах.

Представляет интерес мнение Ж. Бодо (1797) о том, что *предприниматель* – это человек, который планирует, контролирует, организует и владеет предприятием, а также несет ответственность за предпринимательское дело. Говоря современным языком, это лицо, совмещающее функции собственника капитала и управляющего им.

Важный вклад в развитие теории предпринимательства внес французский ученый Жан Батист Сэй (1767–1832). В «Трактате по политической экономии» (1803) он дает следующее толкование *сущности предпринимателя* – это экономический агент, который комбинирует факторы производства, переносит ресурсы из сферы низкой производительности и прибыльности в области, где они могут дать наибольший результат (прибыль, доход).

Ж. Б. Сэй разработал теорию трех факторов производства, согласно которой *труд, земля и капитал* равноправно участвуют в создании стоимости продукта и являются источниками богатства общества – заработной платы, ренты и прибыли. По мнению Сэя, факторы производства (земля, труд, капитал) вынесенные на рынок в виде производительных услуг используются промышленными предпринимателями (фабрикантами) в целях производства товаров и удовлетворения спроса на них со стороны потребителей. В этом плане предприниматели являются лишь посредниками, ищущими необходимые производительные услуги для изготовления нужного продукта [13].

Таким образом, классики экономической теории определили два важнейших свойства предпринимательской деятельности. Во-первых, это *рисковая деятельность*, которая требует наличия определенных знаний и способностей предвидения риска, умения разработки мероприятий по его предупреждению. Во-вторых, *новаторский, инновационный характер* предпринимательства, базирующийся на постоянном поиске новых возможностей удовлетворения спроса общества в конкретных товарах или услугах.

В теории предпринимательства XX в. большее внимание уделяется содержанию предпринимательской деятельности, ее роли в экономическом развитии стран, личностным качествам и поведению предпринимателей. Определенный научный интерес представляют исследования таких ученых-экономистов, как Ф. Хайек, Й. Шумпетер и П. Драккер.

По мнению Ф. Хайека, *предприниматель* как хозяйствующий субъект характеризуется особым поведением, стремлением обнаружить новые способы получения прибыли, еще не замеченные другими хозяйствующими субъектами. В условиях рыночной конкуренции выживают те из них, которые обладают лучшими предпринимательскими талантами и возможностями, т. е. сильнейшие. Хайек считает, что доля лиц, готовых заняться предпринимательской деятельностью везде примерно одинакова. Вызывающее столько нареканий отсутствие духа предпринимательства во многих развивающихся странах он связывает с наличием различных ограничений, налагаемых существующими обычаями и институтами.

Й. Шумпетер определяет *содержание предпринимательской деятельности* как осуществление предпринимателями новых комбинаций факторов производства и реализации разнообразных нововведений. Статус собственника дела, по мнению ученого, не является определяющим при отнесении индивидуума к категории предпринимателя. Ведущую роль играет его новаторское поведение, которое требует готовности «идти против течения». Главным мотивом действий предпринимателя является предпринимательская прибыль, характеризующая результат (эффект) осуществления новых коммерческих комбинаций. Привлекаемые прибылью, возникают все новые и новые предприятия, используется новое оборудование, увеличивается производство, усиливается конкуренция, вытесняются устаревшие технологии и предприятия («теория созидательного разрушения»).

По мнению Й. Шумпетера, *функция предпринимательства* состоит главным образом в революционизировании производства путем использования изобретений или разнообразных возможностей для выпуска новых или старых (но новым способом) товаров, открытия новых источников сырья, рынков сбыта, реорганизации производства и т. п. Ученый считал, что для развития предпринимательства необходимы два основных фактора: организационно-хозяйственное новаторство и экономическая свобода. Он был противником вмешательства государства в предпринимательскую деятельность.

П. Драккер под *предпринимателем* понимает человека, который открывает свой собственный новый малый бизнес, создающий новый рынок или формирующий новых покупателей. Характерным признаком предпринимательских организаций является придание индивидуальных характеристик товару или качеству обслуживания при использовании новой техники. По мнению ученого, базой предпринимательства являются современные знания, в том числе и новые технологии управления. П. Драккер отмечает, что нововведения выступают особым инструментом предпринимателей, при помощи которого они используют изменения как благоприятную возможность для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса. Новые идеи как раз и составляют смысловую основу термина «предприниматель», задачей которого и является «созидательное разрушение» по теории Й. Шумпетера.

П. Драккер считает, что предпринимательство в принципе не является рискованной деятельностью за исключением лишь некоторых отраслей. Банкротство предпринимателей он связывает с недостаточной их компетентностью, отсутствием необходимых знаний для достижения цели. Поэтому он подчеркивает значимость профессиональной подготовки и обучения современным технологиям управления.

Р. Хизрич и М. Питерс дают определение предпринимательства, которое охватывает различные типы предпринимательского поведения. По мнению ученых, *предпринимательство* это:

- ✓ процесс создания нового, обладающего ценностью продукта или услуги;

- ✓ процесс, поглощающий все время и силы предпринимателя, и предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности;

- ✓ процесс, приносящий денежный доход и личное удовлетворение достигнутыми результатами.

Определенный вклад в развитие теории предпринимательства внесли и представители отечественной науки, такие как А. Петражицкий, А. Агеев, А. Бусыгин, В. Радаев, Ю. Осипов, А. Шапиро и др.

Одним из первых определил сущность предпринимательства дореволюционный российский ученый А. Петражицкий. Он утверждал, что предпринимателем следует признавать того субъекта, который самостоятельно, лично и от своего имени ведет хозяйственную деятельность и несет риск всем своим имуществом и достоянием. По его мнению, лица, инвестировавшие свою собственность в уставный фонд предприятия, несут ответственность лишь в размере вклада.

А. Шапиро рассматривает *предпринимательство (менеджмент)* как особый вид поведения человека или организации, который включает элемент инициативы, организацию или реорганизацию социально-экономических механизмов для того, чтобы с выгодой использовать имеющиеся ресурсы и конкретную ситуацию и быть готовым к возможному риску в условиях рыночной экономики. Данное понятие подчеркивает, что предпринимательство по своей внутренней природе является продуктом рыночной системы.

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь *сущность предпринимательства* определяется как самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Согласно данной трактовке, можно выделить некоторые характерные черты предпринимательства:

1) самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений;

2) инициативная деятельность, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и общества в целом;

3) рискованная деятельность и государство не берет на себя ответственность за неудачу;

4) профессиональная деятельность, направленная на систематическое получение прибыли, а не разовая сделка;

5) законная деятельность, осуществляемая зарегистрированными в установленном порядке частными предпринимателями и юридическими лицами.

Резюмируя все вышесказанное: в широком смысле слова **предпринимательство** представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах бизнеса (не запрещенных законом), осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах), получения прибыли для развития собственного дела (предприятия) и выполнения финансовых обязательств перед бюджетом и другими хозяйствующими субъектами [13].

Таким образом, *современное предпринимательство* характеризуется как особый, новаторский, антибюрократический стиль хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск новых возмож-



ностей развития, инновации и умения использовать для решения проблемы (задачи) ресурсы из самых разнообразных источников. При этом функционирование предпринимательской организации и поиск ресурсов основывается на действующем законодательстве.

Предпринимательские организации (фирмы, компании, крупные предпринимательские объединения, союзы, банки, биржи) являются ведущими хозяйствующими субъектами в условиях рыночной экономики. При этом основу предпринимательского сектора составляет малый бизнес. В развитых странах более 2/3 предприятий имеют численность персонала менее 10 чел., но на их долю приходится от 50 до 70 % ВВП. В связи с этим при формировании рыночных отношений в Республике Беларусь существенно усиливается роль предпринимательства в обеспечении устойчивого развития экономики.

Предпринимательская деятельность как таковая присуща не только частным коммерческим структурам, но и государственным предприятиям, организациям. Последнее выражается соответствующим понятием «государственное предпринимательство». Как показывает практика, в условиях развитой рыночной экономики при достаточном уровне конкуренции государственное предпринимательство оказывается достаточно эффективным, особенно в отраслях с большими сроками окупаемости инвестиций (энергетика, строительство дорог) и социальной сфере.

Более того, в развитых странах все большее внимание уделяется использованию предпринимательского подхода в деятельности чиновников и органов государственной власти. Предпринимательский подход здесь заключается в организации наиболее эффективного обслуживания и удовлетворения интересов и потребностей граждан, обеспечении рационального использования выделяемых государством ресурсов на социальные программы и проекты.

**Предпринимательский менеджмент** – это научная дисциплина, которая представляет систематизированные знания теории и практики деятельности предпринимательских организаций, их типологии и правового обеспечения договорных отношений, биржевой торговли, процессов приватизации государственной собственности и ликвидации предприятий.

**Предметом исследования** курса являются проблемы практики предпринимательской деятельности и правовое обеспечение различных форм хозяйствования, процессов развития предпринимательства.

## 1.2. Предпринимательство как явление и процесс. Функции предпринимательства

*Предпринимательство как явление* характеризует совокупность отношений (экономических, социальных, организационных, личностных и др.), связанных с организацией предпринимателями своего дела, с производством товаров (выполнением работ, оказанием услуг) и получением желаемого результата в виде прибыли (дохода).

Предпринимательство как экономическое явление отражает товарный характер отношений предпринимателей с другими хозяйствующими субъектами, потребителями, поставщиками факторов производства (сырья, материалов, оборудования, топлива, энергии и т. п.), банками, биржами, государственными органами управления. Эти отношения формируются на основе действия экономических законов рынка (спроса и предложения, конкуренции, стоимости и др.) и всех инструментов товарного производства и обращения, а также экономической политики государства и правового обеспечения предпринимательской деятельности.

*Предпринимательство как процесс* представляет собой совокупность целенаправленных действий предпринимателей с момента возникновения (зарождения) предпринимательской идеи и заканчивая ее воплощением в конкретный предпринимательский проект.

Предпринимательство – это осуществляемый на основе постоянного комбинирования факторов производства и эффективного использования ресурсов непрерывный процесс создания новых товаров, работ, услуг, обладающих потребительской ценностью и удовлетворяющих постоянно растущий спрос. Следовательно, предпринимательство как процесс включает в себя поиск новых творческих идей, их анализ и оценку с точки зрения потребностей рынка и экономической выгоды, формирование механизма реализации идей, воплощение идей в новом предприятии, освоение производства новых продуктов, совершенствование организации производства, т. е. реализацию идей в конкретный результат, приносящий предпринимателю прибыль.

По мнению Й. Шумпетера производить – значит комбинировать имеющиеся в нашем распоряжении производительные силы для получения новых продуктов. В данном случае основной целью предпринимательства является поиск новых комбинаций производительных сил, ресурсов для удовлетворения общественных потребностей.

Комбинирование производства охватывает следующие основные направления предпринимательской деятельности:

- 1) изготовление нового, т. е. неизвестного потребителям, блага или создание его нового качества;
- 2) внедрение нового, т. е. в данной отрасли практически неизвестного метода (способа) производства;
- 3) освоение нового рынка сбыта;
- 4) получение нового источника сырья или полуфабрикатов;
- 5) обеспечение монопольного положения (создание трестов) или подрыв монопольного положения другого предприятия.

В рыночной экономике предпринимательство как интегрированная совокупность предпринимательских организаций (фирм, компаний) выполняет следующие функции: общеэкономическую, творческо-поисковую (инновационную), ресурсную, социальную, организаторскую и политическую.

*Общеэкономическая функция* является определяющей и обусловлена ролью предпринимательских организаций как субъектов рынка. Предпринимательская деятельность направлена на обслуживание конкретных потребителей: населения, других предпринимателей, государства, – это и предопределяет содержание функции. Поступательное развитие предпринимательского сектора является одним из важных условий устойчивого экономического роста, увеличения объемов валового внутреннего продукта или дохода на душу населения.

*Ресурсная функция* определяет возможности развития предпринимательства посредством более эффективного использования ограниченных ресурсов: трудовых, природных, средств производства и научных достижений, предпринимательского таланта.

Успех предпринимательской организации во многом определяется тем, насколько эффективно генерируются и продвигаются научно-технические идеи, нововведения, используется высококвалифицированная рабочая сила, эффективно потребляются все виды ресурсов. Максимизация прибыли предпринимательской организации часто приводит к нерациональному использованию ресурсов, наносится вред окружающей среде и населению. В связи с этим немаловажное значение приобретает регулирующая роль государства, устанавливающего формы ответственности предпринимателей за нерациональное использование ресурсов.

В силу своей антибюрократической природы хозяйствования предпринимательству свойственна *творческо-поисковая* (инноваци-

онная) функция, связанная с использованием в предпринимательской деятельности новых идей, выработкой новых средств и факторов для достижения цели. Творческая функция тесно связана со всеми другими функциями и обусловлена уровнем экономической самостоятельности и свободы предпринимательской деятельности, возможностями рационального использования ресурсов и условиями принятия управленческих решений.

*Социальная функция* проявляется в возможности каждого дееспособного индивидуума быть собственником своего дела и с наибольшей отдачей использовать свои индивидуальные таланты. Эта функция проявляется в формировании нового слоя людей – людей предприимчивых, склонных к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности. Кроме того, эффективное функционирование предпринимательских организаций увеличивает поступления в бюджет, обеспечивает рост занятости и сокращение безработицы, повышение уровня социального положения работников по найму.

*Организаторская функция* проявляется в принятии предпринимателями самостоятельных решений по организации собственного бизнеса, его диверсификации, внедрении внутрифирменного предпринимательства, создании крупных предпринимательских структур и изменении стратегии деятельности фирмы. Например, государственные предприятия, не имеющие подобных прав, по большей части следует считать не предпринимательскими, а бюрократическими.

*Политическая функция* проявляется посредством создания предпринимательских союзов и объединений в целях воздействия на экономическую политику государства, формирования нормальной среды для функционирования предпринимательских организаций [13].

Сочетание всех присущих предпринимательским организациям функций наиболее комплексно характеризует сущность современного цивилизованного предпринимательства. Необходимо отметить, что эффективное выполнение вышеперечисленных функций во многом опирается на стабильность правового обеспечения. Излишнее вмешательство государства и жесткий контроль могут существенно замедлить процессы зарождения предпринимательского сектора.

Дальнейшее развитие предпринимательства как соответствующего экономического явления и процесса, повышение роли и статуса предпринимательских организаций в структуре экономики нашей республики главным образом определяется наличием законодательст-

ва, стимулирующего создание новых предприятий, выпуск новой продукции, использование ресурсосберегающих технологий.

Как показывает мировая практика, во многом это обеспечивается за счет применения механизма налоговых льгот. Например, во Франции действует законодательство, в соответствии с которым вновь созданные предприятия в первые два года работы полностью освобождаются от уплаты налога на доходы (прибыль), на третий год выплачивают 25 % от суммы налога, четвертый – 50, пятый – 75 и лишь начиная с шестого года платят налог в полном объеме. В Японии основные налоговые льготы, как правило, предоставляются предприятиям, выпускающим новую конкурентоспособную продукцию, и в среднем составляют 15–25 % от налогооблагаемой суммы, а для наиболее приоритетных для экономики экспортноориентированных и импортозамещающих товаров льготы могут достигать до 50 %.

Экономические предпосылки для развития предпринимательства предоставляет и наличие относительно низкой общей налоговой нагрузки на предприятия. В США и Японии налоговая нагрузка составляет соответственно 30 и 33 % от ВВП, что значительно ниже в сравнении с другими развитыми странами (Франция – 54 %, Швеция – 57). Эти факторы и определяют успехи американского и японского бизнеса. По оценкам зарубежных экспертов, при налоговой нагрузке выше 50 % от ВВП существенно сковывается инициатива предпринимателей и замедляются процессы развития частного бизнеса.

В нашей республике общая налоговая нагрузка также превышает допустимый уровень. Например, по нашим исследованиям в 2005 г. предприятия лесного хозяйства выплатили в бюджет и целевые внебюджетные фонды около 51 % от полученной выручки. При этом за последние пять лет эти выплаты увеличились на 8 %, причем рост налоговой нагрузки отмечается на фоне снижения размера получаемой предприятиями прибыли от хозрасчетной деятельности. По оценкам некоторых экспертов уровень налогового бремени в нашей стране примерно на 10 % выше, чем в Российской Федерации, что в определенной степени также ограничивает приток иностранного капитала.

В налоговом законодательстве нашей страны предусмотрены определенные налоговые льготы для предприятий, но в количественном плане они значительно ограничены и процедуры их получения достаточно бюрократизированы. Главным образом, льготы предоставляются на налог на доходы (прибыль) при их реинвестировании в развитие производства, при вовлечении в оборот вторичных ресурсов,

отходов производства и некоторые другие виды деятельности. Однако для получения налоговых льгот необходимо оформить множество различных документов в соответствующих государственных органах управления. Кроме того, по данной продукции необходимо вести отдельный учет и предоставлять отчетные документы, что значительно усложняет механизм их применения.

Учитывая особенности нашей переходной экономики и национальной культуры можно выделить и другие прямые и косвенные внешние факторы, тормозящие развитие предпринимательства. К ним следует отнести: негативное общественное мнение и отношение местных органов власти к предпринимателям, большое количество контролирующих органов, применение административных рычагов управления, ограничение доступа в определенные сферы экономики, недостаточная финансовая поддержка. Поэтому в целом в республике требуется выработка целенаправленной стимулирующей экономической политики (налоговой, инвестиционной, инновационной и т. п.), которая обеспечит необходимые предпосылки для интенсивного роста предпринимательского сектора, повышения его статуса и авторитета в глазах общественности.

### **1.3. Философия и принципы современного предпринимательства**

Наиболее важным элементом в современном предпринимательстве является формирование философии ведения бизнеса, т. е. основополагающих принципов управления, которые впоследствии станут базовой идеологией в поведении всех сотрудников организации. Философия фирмы рассматривается как фактор успешной деятельности и гармоничного взаимоотношения предприятия с внешней и внутренней средой.

*Философия предпринимательской организации* это определенная система ценностей, которые вырабатываются в процессе деятельности фирмы и формируются впоследствии в определенные традиции, нормы и правила, разделяемые всеми сотрудниками организации.

Принципы и система ценностей предпринимательской организации являются базой для формирования стратегических целей и выбора конкретной модели поведения на рынке, повышения качества системы управления современным предприятием и оптимизации процессов использования ресурсов.

Многолетний опыт отечественного и зарубежного предпринимательства, приобретенный в результате деятельности преуспевающих организаций, позволяет выделить следующие основополагающие принципы предпринимательства, заложенные в современную философию ведения бизнеса.

1. *Полная ориентация на потребителя*, решение его проблем и удовлетворение запросов. В деятельности предпринимательской организации это обуславливается трансформацией рынка продавца в рынок покупателя, что означает переход от модели «продается то, что производится» (первичность производства) к модели «продается то, что покупается» (первичность потребителя).

2. *Постоянное стремление к повышению качества* продукции и услуг. Данный принцип обусловлен постоянным развитием потребительского рынка и повышением уровня требований к товарам, услугам и работам со стороны потребителей. Главной целью новой фирмы является стремление удовлетворить постоянно растущий спрос и приобрести преимущества в конкурентной борьбе, это переводит качество в философскую категорию, на базе которой строится стратегия и политика деятельности предпринимателя.

3. *Создание благоприятных условий для развития персонала и повышение мотивации труда*, стимулирование творческого отношения и совершенствование трудовых процессов. Данный принцип определяет степень удовлетворения сотрудников предприятия, их возможностей участия в общем деле и достижения положительных результатов в предпринимательской деятельности. Главная задача менеджмента установить такие взаимоотношения с персоналом, которые повышают понимание ими своего личного вклада в достижение целей организации. Продвижение по службе в предпринимательской структуре осуществляется на основе достигнутых результатов независимо от возраста сотрудника и стажа работы в организации.

4. *Укрепление положительного имиджа, репутации фирмы и ее сотрудников*. Репутация имеет два фактора успеха: уровень значимости и авторитет организации, степень доверия со стороны потребителей, партнеров и кредитных организаций.

*Рейтинг фирмы* это интегральный показатель по группе факторов, определяющий репутацию предприятия и позволяющий дать сравнительную оценку по отношению к другим предприятиям (10-бальная оценочная шкала). К факторам, определяющим рейтинг компании, относят следующие: квалификация руководства, положение на

внутреннем и внешнем рынках, финансовые результаты деятельности, место в отрасли, степень привлечения инвестиций, узнаваемость имиджа, известность торговой марки, уровень контактов с общественностью.

Понимание значения и сущности репутации, ее роли, стремление к повышению ее уровня должны стать образом мыслей и действий всего персонала организации, каждого сотрудника, работающих в доверенной сфере деятельности. Только согласованные действия могут привести предприятие к успешным результатам.

5. *Постоянное стремление к развитию*, использование новых технологий, достижение наилучших показателей в производственной, финансовой и сбытовой деятельности. Основой реализации данного принципа является использование эффективной системы стимулирования инициативы и творчества персонала. Это достигается через участие работников в управлении и прибыли предприятия [1, 4].

*Философия и основные принципы* цивилизованного подхода к организации предпринимательской деятельности должны быть доступны и понятны каждому сотруднику и изложены письменно в виде соответствующего документа. Использование подобной системы позволяет в определенной степени программировать процесс поведения работников в направлении постоянного повышения престижности фирмы за счет правильного понимания ее философии, которая поддерживает их собственное развитие и удовлетворение потребностей.

#### **1.4. Исторические этапы развития предпринимательской деятельности**

**Первый этап** развития предпринимательской деятельности относится к истокам формирования предпринимательства во времена освоения торговых путей и строительства первых городов в древние века. Основой предпринимательской деятельности в этот период являлось развитие торговли, которая ознаменовала зарождение *купеческого предпринимательства*. Первые упоминания о купцах-предпринимателях в Древней Руси встречаются в X в. н. э.

В данное время купцами называли горожан, основным занятием которых была торговля отечественными и зарубежными товарами. Высший слой купцов-предпринимателей составляли «*гости*» (от древнего «гостьба» – торговля), занимавшиеся в основном внешней



торговлей. В XIII–XV вв. с возрождением и ростом численности купечества в торгово-промышленных центрах торговые предприниматели начали объединяться в первые профессиональные организации – «ряды», а их члены называться «рядовичами».

Государственные власти во все времена стремились контролировать предпринимательскую деятельность, используя различные способы, включая создание «сверху», административным путем элитарных, полностью зависимых от власти корпораций. В связи с этим идея развития «государственного предпринимательства» также уходит корнями в далекое прошлое.

В древние и средние века торговля была главной, но не единственной, сферой предпринимательской деятельности. В XV–XVI вв., нажив капиталы, предприниматели-купцы начали вкладывать деньги в каменное строительство, покупку сел, деревень, занимались ростовщичеством. Освоение новых торговых путей купцами способствовало развитию крупных городов, обмену предпринимательским опытом, зарождению новых видов предпринимательской деятельности.

В 1653 г. был введен первый торговый устав, по которому взамен множеству существующих ранее торговых сборов взималась единая так называемая «рублевая пошлина» (10 % от стоимости товаров). При этом иностранные предприниматели облагались более высокой пошлиной, чем отечественные торговцы, т. е. еще в те далекие времена начали применяться меры по защите отечественного сектора.

**Второй этап** развития предпринимательства относится к XVIII–XIX вв. и базируется на реализации широкомасштабных петровских реформ. В этот период начинает формироваться и развиваться промышленное предпринимательство, появляются крупные промышленные компании (государственные и частные), которые занимались металлургическим производством и кораблестроением.

Важным этапом в экономической политике государства стало учреждение новых органов управления предпринимательской деятельностью – *коллегий*. Созданные мануфактур-коллегии осуществляли государственную поддержку по организации эффективного и прибыльного промышленного производства, обеспечивающего нужды государства. Содействие торговле и деятельности предпринимателей были обязаны также оказывать действовавшие в то время городские *магистраты* (местные органы управления).

В 1703 г. в Петербурге была создана первая регулярная товарно-сырьевая биржа с элементами фондовой торговли.

К концу XVIII в. получила развитие хлопчатобумажная промышленность, возникли первые государственные кредитные учреждения. Первым кредитным учреждением банковского типа стала *Монетная контора* (1733–1758 гг.), которая выдавала ссуды предпринимателям под 8 % годовых. В 1754 г. создан *Государственный заемный банк*. С 1769 г. с началом выпуска бумажных денег образуются *ассигнационные банки*, это дало импульс для развития предпринимательской деятельности в банковской сфере.

В первой половине XIX в. самой влиятельной и представительной организацией предпринимателей становится *биржа*.

В 1816 г. была создана *Варшавская биржа*, а в 1837 – Всероссийская *Московская биржа*.

В конце XIX в. происходит перестройка системы государственных финансов, укрепляют свои позиции кредитные учреждения и частные банкирские дома, развивается ярмарочная торговля, кустарная промышленность, появляются первые кооперативы, достаточно крупные акционерные компании.

С развитием капитализма особое место в экономике занимает кустарная промышленность – мелкая семейная организация производства продуктов на сбыт. Численность кустарей в 80-е гг. XIX в. в 5 раз превышала численность занятых в средней и крупной промышленности страны.

В 1860 г. был создан Государственный банк для содействия кредитами развитию приоритетных отраслей промышленности: металлургической, машиностроительной, сахарной, текстильной, а также осуществления поддержки частных коммерческих банков.

В 60-е гг. XIX в. идет интенсивное развитие потребительской кооперации. В этот период созданы «Первое Рижское потребительское общество», «Харьковское общество потребителей» [4].

**Третий этап** развития предпринимательства относится к началу XX в. и связан с развитием капитализма, проведением столыпинской аграрной реформы. В 1900–1917 гг. происходит организация крупных концернов и синдикатов с целью снижения цен, получает дальнейшее развитие кооперация. Столыпинская аграрная реформа способствовала зарождению предпринимательства в сельскохозяйственном производстве. С 1906 г. законом были отменены выкупные платежи за землю, активизировалась продажа земли крестьянам на льготных условиях через крестьянский банк. В этот период идет формирование крупных монополий в различных сферах деятельности.

Например, синдикат «Русское льнопромышленное акционерное общество», на 80 % принадлежавшее семье Рябушинских, объединяло 17,5 % всех льняных фабрик в Витебске, Смоленске, Вязьме и других городах. Предприниматели Рябушинские являлись учредителями автомобильного завода «ЗиЛ», банковского дома, газеты «Утро России», Русского географического общества, Аэродинамического института.

К началу 1917 г. в России действовало 47 тыс. кооперативов, объединявших 84 млн. человек – более половины населения страны.

Временное правительство 20 марта 1917 г. впервые приняло «Положение о кооперативных товариществах и их союзах», в котором была введена явочная система открытия кооперативов всех видов. Это положение предусматривало упрощенные процедуры регистрации новых предприятий. В настоящее время подобная система применяется в развитых странах.

**Четвертый этап** связан со становлением предпринимательства в социалистический период. В это время в результате национализации происходит уничтожение частной собственности и предпринимательства. Лишь в сельском хозяйстве допускалось развитие мелкого крестьянского предпринимательства без использования наемного труда.

На первоначальном этапе формирования советской власти активизировалась борьба с кулаками, под которыми понимались капиталистические предприниматели в сельском хозяйстве, применявшие наемную рабочую силу. До революции хозяйства, использующие наемный труд, владели 80 млн. га земли, а к 1918 г. – лишь 30 млн. га, т. е. сократились более чем в 2,5 раза.

В 1919 г. было принято новое «Положение о социалистическом землеустройстве и о мерах перехода к социалистическому земледелию», в соответствии с которым все виды единоличных хозяйств подлежали замене социалистическими формами хозяйствования: совхозами, колхозами и производственными коммунарами.

В первые годы советской власти происходило быстрое вытеснение частного капитала в промышленной и финансовой сфере. Политика «военного коммунизма» и уничтожение реального товарно-денежного обмена, свободы торговли и предпринимательской деятельности привели к резкому падению всех отраслей промышленности и сельского хозяйства. В 1920 г. добыча угля снизилась в 3 раза, выплавка стали – в 16 раз, производство сахара – в 10 раз.

Под воздействием данных проблем правительством предприняты определенные шаги по *либерализации экономики* (НЭП). В резуль-

тате НЭП введен продналог вместо продразверстки, разрешена торговля и кустарные промыслы, денационализированы и переданы частникам мелкая промышленность и торговые предприятия. Крупные предприятия переведены на хозрасчет, получила развитие аренда. В результате в 1922–1926 гг. произошел рост производства зерна более чем в 3 раза. В 1925 г. в сельской местности начало функционировать более 55 тыс. кооперативов, объединявших 7 млн. пайщиков, а в 1929 г. – уже 28 млн. человек являлись членами кооперативов.

Однако деятельность частных ограничивалась системой государственного регулирования цен и налогов, ограничивался доступ предпринимателей в ведущие отрасли промышленности. В конечном итоге страна к 1928 г. не достигла уровня производства 1913 г.

В 1922–1925 гг. была разработана система индикативного планирования (Кондратьевым), которая опиралась первоначально на развитие всех форм хозяйствования. Однако в 1925–1926 гг. начала активно использоваться концепция административного планирования без включения рыночных механизмов. В конце 20-х гг. XX в. власти перешли к тотальным административно-командным методам.

В этот период началось новое наступление на индивидуальные хозяйства. В начале 30-х гг. XX в. было ликвидировано свыше 3 млн. индивидуальных хозяйств, репрессировано более 20 млн. человек. Правительством взят курс на развитие крупных форм производства в сельском хозяйстве и промышленности.

В результате ограничений рыночных отношений начинает развиваться *теневая экономика*, т. е. экономическая деятельность, которая не учитывается статистикой и не попадает под налогообложение. Теневая экономика заполнила все наиболее прибыльные «ниши» в хозяйственном обороте, где отмечался серьезный дефицит товаров.

С 50-х гг. XX в. началось производство дефицитных товаров в подпольных цехах. Получили распространение сверхурочные работы на неучтенном («левом») сырье в цехах госпредприятий. Подобное «предпринимательство» не могло обходиться без содействия государственных органов управления. Предприимчивые люди подкупали работников Госплана, Госснаба, госторговли.

Наибольший расцвет теневая экономика получила в 70–80-е гг. XX в. в таких отраслях, как заготовка и переработка хлопка, мелкая и легкая промышленность, бытовое обслуживание населения, госторговля и общепит. Основная причина – несбалансированность отраслевой структуры экономики командно-административной системы. Ди-

рекативная система планирования давала сбои и не обеспечивала население необходимыми товарами народного потребления, что приводило к росту дефицита продукции в проблемных сферах.

Считалось, что теневая экономика в значительной степени гасила инфляционные процессы в стране, так как обеспечивала определенную адекватность платежеспособного спроса с предложением товаров и услуг [4, 11].

**Пятый этап** развития предпринимательства связан с развитием кооперации и кооперативного предпринимательства в 90-е гг. XX в. На данном этапе поворот к рыночным отношениям знаменует новое возрождение предпринимательской деятельности и формирование современного рыночного предпринимательства.

Этот процесс начинает развиваться, когда с 1988 г. был принят новый закон «О кооперации», в соответствии с которым либерализовано и разгосударствлено кооперативное предпринимательство. В начальный период 85 % продукции кооперативов приходилось на производство товаров народного потребления, бытовое обслуживание, общественное питание, заготовку и переработку вторсырья. В последующем происходило увеличение продукции производственно-технического назначения, оказание услуг предприятиям. В 1990–1991 гг. многие кооперативы преобразованы в новые формы предпринимательской деятельности (ООО, ЗАО, ОАО), что стало началом развития современного частного бизнеса в стране [3, 12].

Развитие кооперативного предпринимательства позволило:

- ✓ восстановить роль товарно-денежных отношений;
- ✓ улучшить насыщение рынка товарами и услугами, поддержать равновесие спроса и предложения;
- ✓ создать действенные формы стимулирования предприимчивости и конкуренции;
- ✓ начать формирование многоукладной экономики за счет развития кооперативной и частной собственности.

Благодаря процессу приватизации и разгосударствления экономики к настоящему времени появилось множество коммерческих предприятий в промышленной сфере и сфере услуг, сформировалась сеть государственных и коммерческих банков, появились первые союзы предпринимателей, начали функционировать валютная, фондовая и товарно-сырьевая биржи. Развитие современного предпринимательства во многом определяется применением рыночных регуляторов, стимулирующей политикой государства.

## 1.5. Личностно-профессиональные качества предпринимателя-менеджера

В современной динамично развивающейся экономике успех той или иной организации во многом связывают с наличием определенного *предпринимательского таланта*, который рассматривается таким же важным экономическим ресурсом, как и земля, труд, капитал. В основе этого таланта лежат уникальные способности предпринимателей к адаптации и выживанию в условиях нарастающего конкурентного давления, глобализации и государственного регулирования.

В настоящее время сложная и непредсказуемая рыночная внешняя среда требует от предпринимателя-менеджера взвешенного контроля, прогнозирования будущей ситуации на рынке, изобретательности и быстрого реагирования на происходящие изменения, необходимости принятия управленческих решений в условиях риска. Поэтому в первую очередь фигуру современного предпринимателя можно охарактеризовать такими качествами, как инициативность, авторитет, дар предвидения, организаторские способности, умение рисковать, настойчивость и целеустремленность, которые в совокупности и определяют содержание предпринимательского таланта.

По мнению Й. Шумпетера, предприниматель является революционером в экономике, так как его деятельность направлена на создание новых способов развития и получения прибыли. В мире бизнеса существует масса альтернатив, и правильный выбор – залог успеха. В этом смысле предприниматели представляют собой особый тип людей, которые обладают некими интуитивными способностями правильно расставлять приоритеты и осуществлять выбор, идти вперед вопреки неопределенности ситуации и давлению со стороны, заставлять других людей повиноваться и двигаться к намеченной цели.

Современные предприниматели должны обладать следующими чертами характера: быть честными, компетентными, целеустремленными, инициативными, проявлять лидерство, уважать мнение других, позитивно относиться к людям, постоянно учиться, быть готовыми к принятию риска, уметь преодолевать сопротивление окружающей среды, проявлять настойчивость в достижении поставленной цели, иметь творческое начало, быть трудолюбивыми и иметь высокую работоспособность, уметь привлекать необходимых партнеров, иметь коммерческий и финансовый склад ума, хорошо разбираться в техно-

логиях, людях, уметь законным путем получать причитающееся им и другие качества.

Американское агентство по международному развитию и Национальный научный фонд США приводят следующие наиболее важные личностно-профессиональные качества предпринимателей:

- ✓ поиск возможностей и инициативность;
- ✓ упорство и настойчивость;
- ✓ готовность к риску;
- ✓ ориентация на эффективность и качество;
- ✓ вовлеченность в рабочие контакты;
- ✓ целеустремленность;
- ✓ стремление быть информированным;
- ✓ систематическое планирование и наблюдение;
- ✓ способность убеждать и устанавливать связи;
- ✓ независимость и самоуверенность;
- ✓ знание техники и технологии [13].

Как видно, перечень личностно-профессиональных качеств современного предпринимателя достаточно широк, а это требует специальной подготовки и систематического обучения. Недостаточное количество знаний и требуемых способностей приводит к сужению предпринимательских возможностей, что в условиях рыночной экономики и конкуренции ведет к неизбежному банкротству. Как показывает мировая практика, более 70 % новых предприятий закрывается в течение первых трех лет работы. Это доказывает тот факт, что у большинства предпринимателей, открывающих новый бизнес, не хватает знаний и опыта для эффективного руководства своими предприятиями в условиях жесткой конкуренции, глобализации рынка.

Поэтому современный предприниматель-менеджер должен постоянно учиться, расширять свои знания и опыт, которые могут трансформироваться в соответствующие конкурентные преимущества и перспективы его компании. Как утверждают многие психологи, большинство тех качеств, которые составляют содержание предпринимательского таланта не являются врожденными, а развиваются в процессе обучения и накопления опыта, формируя особенный тип предпринимательского мышления и поведения.

## 2. ТИПОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 2.1. Понятие и классификация типов предпринимательства

Под *типологией предпринимательства* понимается учение о различных типах, видах, сферах предпринимательской деятельности, определяемых по существенным признакам, позволяющим отнести данную конкретную экономическую (хозяйственную) деятельность к определенному типу или виду предпринимательской деятельности. При установлении типов предпринимательства определяющее значение имеют объекты предпринимательской деятельности, законность ее осуществления, конечные результаты, темпы роста, внедрение нововведений и другие признаки.

В современной теории предпринимательства выделяют следующие различные типы предпринимательской деятельности.

По **форме собственности** различают государственное, частное, смешенное, совместное и иностранное предпринимательство. Под *государственным предпринимательством* понимается деятельность предприятий с государственной формой собственности. Они могут быть основаны на республиканской (принадлежащие правительству Республики Беларусь) и коммунальной (местным органам власти) собственности. *Частное предпринимательство* представлено единоличной (индивидуальной) и коллективной (партнерской) собственностью. *Смешанная* форма собственности означает определенное сочетание частной и государственной. *Совместные предприятия* основываются на собственности белорусских и иностранных участников, а *иностранное предпринимательство* – на собственности (100 %) иностранных инвесторов.

По признакам **законности** предпринимательство подразделяется на законное, незаконное и лжепредпринимательство. *Законной* является предпринимательская деятельность, зарегистрированная в установленном порядке. *Незаконным предпринимательством* считается осуществление предпринимательской деятельности без регистрации либо без специального разрешения (лицензии). *Лжепредпринимательством* называют создание коммерческой организации без намерения осуществлять предпринимательскую или банковскую деятельность, а с целями получения кредитов, освобождения от налогов, из-



влечения иной имущественной выгоды или прикрытия запрещенной деятельности, причинившей ущерб гражданам, организациям или государству. За организацию незаконного и лжепредпринимательства установлена уголовная ответственность.

По **географическому признаку** предпринимательство подразделяется на местное, региональное, национальное, международное и мировое. *Местное предпринимательство* предусматривает обслуживание небольшого местного рынка (например, в рамках района), *региональное* – в пределах более широкого регионального рынка (область), *национальное* – на уровне всей республики. Международное предпринимательство охватывает работу предприятия в нескольких странах, *мировое* – в большинстве стран мира (ТНК).

С точки зрения **темпов развития, уровня прибыльности и риска** выделяют *быстро-* и *медленнорастущие* компании, *высоко-* и *низкорентабельные* организации, *высокорисковые* (венчурные) и *низкорисковые фирмы*. Быстроразвивающиеся и высокорентабельные фирмы характеризуются соответствующими показателями выше среднеотраслевых. Новые быстроразвивающиеся и высокорентабельные отрасли часто и являются наиболее рисковыми для инвестиций.

В зависимости от **количества участников** собственного дела предпринимательство подразделяется на *индивидуальное* и *коллективное* (партнерское), основанные соответственно с участием одного и нескольких учредителей-собственников имущества предприятия [13].

По таким признакам (критериям), как **численность всего персонала**, по удельному весу других субъектов в уставном (складочном) капитале определяется малое предпринимательство.

К *малому предпринимательству* (малому бизнесу) относят деятельность индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица, а также юридические лица с численностью работающих в промышленности и транспорте не более 100 чел., сельском хозяйстве и науке – 60 чел., строительстве и оптовой торговле – 50 чел., других отраслях производственной сферы – 30 чел., непроизводственной сферы – 25 чел. [12]. Средние и крупные предприятия по законодательству различаются размером годового оборота: до двух и более двух миллионов долларов США.

По **формам ответственности участников** предпринимательских организаций за результаты их деятельности выделяют организации с *полной имущественной ответственностью* (индивидуальные предприниматели, хозяйственные товарищества), *частичной имуще-*

ственной ответственностью (ОДО, производственные кооперативы), отсутствием имущественной ответственности (ООО, АО).

В зависимости от масштаба и характера **инноваций** следует различать *творческо-поисковое, продуктивное и революционное предпринимательство* [13].

Выбор конкретных типов предпринимательской деятельности осуществляется на основе анализа реальных возможностей и конкурентных преимуществ предприятия, его стратегии развития и правового обеспечения, а также состояния окружающей бизнес-среды.

## **2.2. Классификация и характеристика видов предпринимательской деятельности**

Классификация видов предпринимательства главным образом связана со сферой деятельности организаций, особенностями их создания и функционирования.

С учетом направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов выделяются следующие виды предпринимательства.

*Производственное предпринимательство* – это процесс производства конкретных товаров, осуществления работ и оказания услуг для их реализации (продажи) потребителям. Производственное предпринимательство классифицируется в зависимости от отрасли хозяйственной деятельности: промышленное, строительное, сельскохозяйственное, лесохозяйственное, лесопромышленное и др.

Производственное предпринимательство с народнохозяйственной точки зрения является определяющим, так как эти организации (фирмы, компании, предприятия) образуют реальный сектор экономики и осуществляют производство продукции (товаров) производственно-технического назначения и товаров массового потребления, необходимых для населения, фирм, государства в целом. От его развития зависят экономический рост и уровень социального развития общества. Поэтому государство, как правило, формирует стимулирующую экономическую политику для собственного реального сектора, закладывающего основу для развития других секторов экономики.

Производственное предпринимательство требует достаточно высоких инвестиционных затрат на создание нового предприятия. В условиях нашей переходной экономики и низких темпов приватиза-

ции промышленных предприятий до сих пор сохраняется достаточно высокий уровень монополизации отраслей, остается достаточно значительной доля государственного сектора. Структурная перестройка экономики не обеспечила необходимых условий для развития частного производственного предпринимательства. Поэтому производственное предпринимательство в нашей стране, как и в других развивающихся странах, является наиболее рискованной деятельностью.

*Коммерческо-торговое предпринимательство* – это вид предпринимательской деятельности по осуществлению коммерческих сделок по приобретению и реализации товаров, движимого и недвижимого имущества и других материальных ценностей с целью получения прибыли. Фактически коммерческо-торговые фирмы выступают в роли посредников между производителем и потребителями продукции. Однако если торговые предприятия не зависят от производителя, то при продаже товаров они могут выступать от собственного имени и реализовывать свою ценовую политику.

Для развития торгового предпринимательства необходимы два основных условия:

- ✓ относительно устойчивый спрос на продаваемые товары;
- ✓ достаточно низкая закупочная цена продукции у производителей в сравнении с рыночной ценой, обеспечивающая компенсацию торговых издержек и получение нормальной прибыли.

Коммерческо-торговая деятельность мобильна, быстро приспосабливается к потребностям рынка, так как непосредственно связана с конкретными потребителями, требует относительно небольших инвестиций при создании новых предприятий. Потому торговое предпринимательство связано со значительно меньшим уровнем риска в сравнении с производственным. Однако при организации торговли промышленными товарами длительного пользования предпринимательский риск увеличивается.

*Финансово-кредитное предпринимательство* – это специализированная область предпринимательской деятельности, характерной особенностью которой является то, что предметом купли-продажи выступают ценные бумаги (акции, облигации и др.), валютные ценности и национальные деньги. Для организации финансово-кредитного предпринимательства образуется целая система организаций: коммерческие банки, финансово-кредитные компании (фирмы), фондовые, валютные биржи и другие специализированные организации. Предпринимательская деятельность банков и других финансово-кредитных

организаций регулируется как общими законодательными актами, так и специальными законами и нормативными актами Национального банка Республики Беларусь и Министерства финансов Республики Беларусь.

Государство в лице Министерства финансов Республики Беларусь также выступает в качестве предпринимателя на рынке ценных бумаг, выпуская в оборот соответствующие ценные бумаги (ГКО). Участниками финансового рынка являются и коммерческие организации, осуществляющие эмиссию ценных бумаг.

Под *финансовой организацией* понимается юридическое лицо, осуществляющее на основании соответствующей лицензии банковские операции и сделки либо предоставляющее услуги на рынке ценных бумаг, услуги по страхованию или иные услуги финансового характера, а также пенсионный фонд, инвестиционный фонд, лизинговая компания, кредитный потребительский союз и иная организация, осуществляющая операции и сделки на рынке финансовых услуг [13].

*Рынок финансовых услуг* – сфера деятельности финансовых организаций на территории Республики Беларусь или ее части, определяемая исходя из места предоставления финансовой услуги потребителям. Предпринимательская деятельность на рынке финансовых услуг включает такие виды предпринимательства, как деятельность на рынке ценных бумаг, банковских услуг, страховых услуг.

### **2.3. Предпринимательская деятельность на рынке ценных бумаг**

На рынке ценных бумаг осуществляются следующие виды профессиональной деятельности: брокерская, дилерская, деятельность по управлению ценными бумагами, деятельность по определению взаимных обязательств (клиринговая деятельность), депозитарная, деятельность по ведению реестра владельцев ценных бумаг, деятельность по организации торговли на рынке ценных бумаг.

*Брокерская деятельность* – это совершение гражданско-правовых сделок с ценными бумагами в качестве поверенного или комиссионера, действующего на основании договора поручения или комиссии, а также доверенности по совершению таких сделок при отсутствии указаний на полномочия поверенного или комиссионера в договоре. Профессиональный участник рынка ценных бумаг, занимающийся брокерской деятельностью, именуется *брокером*, который

должен выполнять поручения клиентов добросовестно и в порядке их поступления, получая за эту деятельность от клиентов материальное вознаграждение. Брокерской деятельностью может заниматься индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, имеющие специальные разрешения (лицензии) на осуществление данного вида деятельности.

*Дилерская деятельность* – это совершение сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и (или) продажи отдельных ценных бумаг с обязательством покупки и (или) продажи этих ценных бумаг по объявленным лицом, осуществляющим такую деятельность, ценам. Профессиональный участник рынка ценных бумаг, осуществляющий дилерскую деятельность именуется *дилером*. Им может быть только коммерческая организация (юридическое лицо).

Деятельностью по *управлению ценными бумагами* на рынке ценных бумаг признается осуществление юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем от своего имени за вознаграждение в течение определенного срока доверительного управления переданными ему во владение и принадлежащими другому лицу в интересах этого лица или указанных этим лицом третьих лиц:

- ✓ ценными бумагами;
- ✓ денежными средствами, предназначенными для инвестирования в ценные бумаги;
- ✓ денежными средствами и ценными бумагами, получаемыми в процессе управления ценными бумагами.

Профессиональный участник, осуществляющий деятельность по управлению ценными бумагами, именуется *управляющим*.

*Клиринговая деятельность* – это определение взаимных обязательств и осуществление расчетов по сделкам с ценными бумагами (сбор, сверка, корректировка информации и подготовка бухгалтерских документов). Клиринговая организация, осуществляющая расчеты по сделкам с ценными бумагами, обязана формировать специальные инвестиционные фонды для снижения рисков неисполнения сделок с ценными бумагами.

*Депозитарная деятельность* – это деятельность по оказанию услуг хранения сертификатов ценных бумаг и (или) учету и переходу прав на ценные бумаги. Профессиональный участник, осуществляющий депозитарную деятельность, именуется *депозитарием*. Лицо, пользующееся услугами депозитария по хранению ценных бумаг и

(или) учету прав на ценные бумаги, именуется **депонентом**. Взаимоотношения между депозитарием и депонентом регулируются заключенным ими депозитарным договором.

*Деятельность по ведению реестра* владельцев ценных бумаг включает сбор, фиксацию, обработку, хранение и предоставление данных, составляющих систему ведения реестра владельцев ценных бумаг. Данной деятельностью имеют право заниматься только юридические лица, которые именуются *держателями реестра* (регистраторами). Держателем реестра может быть сам эмитент (компания, выпускающая ценные бумаги в обращение) или профессиональный участник рынка ценных бумаг, осуществляющий деятельность по ведению реестра на основании поручения эмитента.

Деятельностью по *организации торговли на рынке* ценных бумаг является предоставление услуг, непосредственно способствующих заключению гражданско-правовых сделок с ценными бумагами между участниками рынка. Данная категория профессиональных участников рынка ценных бумаг именуется организаторами торговли на рынке ценных бумаг – *фондовой биржей*. Так, фондовой биржей может признаваться только организатор торговли на рынке ценных бумаг, не совмещающий деятельность по организации торговли с иными видами деятельности, за исключением депозитарной и клиринговой деятельности. Членами фондовой биржи могут быть любые (вышеназванные) профессиональные участники рынка ценных бумаг [3, 13].

Все категории профессиональных участников рынка ценных бумаг для осуществления своей деятельности должны в установленном порядке получить специальное разрешение (лицензию).

#### **2.4. Предпринимательская деятельность на рынке банковских услуг**

Предпринимательскую деятельность на рынке банковских услуг осуществляют банки и небанковские кредитно-финансовые организации, правовой основой функционирования которых выступает Банковский кодекс Республики Беларусь и другие законодательные акты.

*Банк* является коммерческой организацией, образуемой как акционерное общество или унитарное предприятие, которое для извлечения прибыли на основании лицензии Национального банка Республики Беларусь имеет право совершать банковские операции.

*Небанковская кредитно-финансовая организация* представляет собой юридическое лицо, имеющее право осуществлять отдельные банковские операции и виды деятельности, предусмотренные Банковским кодексом Республики Беларусь, за исключением тех видов, которые могут выполнять банки.

В соответствии с Банковским кодексом Республики Беларусь банки имеют право осуществлять следующие банковские операции:

- ✓ привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);
- ✓ размещение привлеченных средств;
- ✓ открытие и ведение банковских счетов;
- ✓ осуществление расчетов по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов;
- ✓ инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание предприятий;
- ✓ купля-продажа иностранной валюты;
- ✓ привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов;
- ✓ осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов.

Кроме того, банки могут предоставлять своим клиентам следующие виды услуг:

- ✓ выдача банковских гарантий и поручительств за третьих лиц и приобретение права требования от третьих лиц по обязательствам в денежной форме;
- ✓ доверительное управление денежными средствами и иным имуществом по договору с физическими и юридическими лицами;
- ✓ предоставление в аренду физическим и юридическим лицам специальных помещений или сейфов для хранения ценностей;
- ✓ лизинговые операции;
- ✓ оказание консультационных и информационных услуг, а также иные сделки согласно законодательству.

Банковско-кредитные организации в соответствии с лицензией Национального банка Республики Беларусь на осуществление банковских операций могут вести профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг. Так, они вправе производить выпуск, покупку, продажу, учет, хранение и иные операции с ценными бумагами, выполняющими функции платежного документа, с ценными бумагами, подтверждающими привлечение денежных средств во вклады и на банковские счета, с иными ценными бумагами, проведение операций с

которыми не требует получения специальной лицензии, а также совершать доверительное управление ценными бумагами по договору.

Минимальный размер уставного фонда вновь создаваемого банка (небанковской кредитно-финансовой организации) устанавливается в белорусских рублях в сумме, эквивалентной 5 млн. евро, и должен быть сформирован в полном объеме до государственной регистрации.

В соответствии с законодательством организациям банковского типа запрещается заниматься производственной, торговой и страховой деятельностью [3].

## 2.5. Предпринимательство на рынке страховых услуг

Одним из важных видов предпринимательства является специализированная страховая деятельность. При *страховом предпринимательстве* страховые организации в соответствии с законодательством и договором гарантируют страхователям возмещение ущерба при заключении договора страхования, компенсирующего их собственные издержки, вероятность риска и обеспечивающего получение предпринимательской прибыли. Страхование предпринимательство является одним из наиболее рискованных видов деятельности.

Страховая деятельность осуществляется на основе договоров имущественного или личного страхования, заключаемых гражданином или юридическим лицом (страхователем) со страховой организацией (страховщиком). По договору имущественного страхования страховщик обязуется за обусловленную договором плату (страховую премию) при наступлении предусмотренного в договоре события (страхового случая) возместить страхователю или иному лицу, в пользу которого заключен договор, убытки в застрахованном имуществе либо убытки в связи с иными имущественными интересами страхователя в пределах определенной договором суммы (страховой суммы).

По договору имущественного страхования могут быть, в частности, застрахованы следующие имущественные интересы:

- ✓ риск гибели (утраты), недостачи или повреждения определенного имущества;
- ✓ риск ответственности по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу других лиц, а в случаях, предусмотренных законом, также ответственности по договорам – риск гражданской ответственности;



✓ риск убытков от предпринимательской деятельности из-за нарушения своих обязательств контрагентами предпринимателя или изменения условий этой деятельности по не зависящим от предпринимателя обязательствам, в том числе риск неполучения ожидаемых доходов – предпринимательский риск. По договору страхования может быть застрахован предпринимательский риск только в пользу самого страхователя [13].

В качестве страховщиков договоры страхования могут заключать юридические лица, имеющие разрешения (лицензии) на осуществление страхования соответствующего вида [3].

## 2.6. Посредническое предпринимательство

В развитой рыночной экономике важным видом деятельности является посредническая предпринимательская деятельность. В процессе ее организации сами субъекты экономической деятельности не производят и не продают непосредственно товары, а выступают в качестве посредников между производителями и потребителями.

*Посредник* – это лицо (юридическое или физическое), представляющее интересы производителя или потребителя, но само таковым не являющееся. Посредники могут вести предпринимательскую деятельность самостоятельно или выступать на рынке от имени (по поручению) производителя или потребителей. В качестве посреднических предпринимательских организаций на рынке выступают оптовые снабженческо-сбытовые организации, брокеры, дилеры, дистрибьюторы, биржи, в какой-то мере коммерческие банки и другие кредитные организации. Посредническая предпринимательская деятельность является весьма рискованной, поэтому предприниматель-посредник устанавливает в договоре уровень цены с учетом степени риска.

Производитель при работе с посредником получает выгоды от использования его клиентской базы, снижения сбытовых расходов, затрат на рекламу и продвижение продукции. Крупные оптовики имеют возможность осуществлять закупки с избыточной мощностью, оптимизируя производственную программу промышленных предприятий во время сезонных колебаний спроса. Однако они могут также и сбивать цены, устанавливать свою политику ценообразования, продавать одновременно и продукцию конкурентов. Эффективность работы с посредниками определяет уровень конкуренции между ними [13].

## 2.7. Франчайзинговая деятельность: понятие, виды, преимущества

Франчайзинг представляет собой одну из новых видов предпринимательской деятельности, которая особенно популярна в развитых странах и начинает постепенно проникать на наш рынок. В отечественной науке часто используется понятие коммерческой концессии, близкое по содержанию системе франчайзинга.

**Сущность франчайзинга** состоит в том, что крупная и уважаемая фирма (*франчайзер*) предоставляет малому предприятию, начинающему свой путь в бизнесе (*франчайзи*), право (*франшизу*) в течение определенного времени и в определенном месте вести предпринимательскую деятельность с использованием уже отработанной и оправдавшей себя технологии, ноу-хау, известной и популярной торговой марки, возможностей обучения персонала и получения необходимых консультаций. Обычно франчайзер берет на себя обязательства по поставке оборудования, сырья и материалов, оказывает помощь в организации и управлении бизнесом, а в отдельных случаях оказывает своим франчайзи непосредственную финансовую помощь, предоставляя кредиты, либо косвенную помощь в виде поручительства и гарантий. Все эти условия оговариваются в специальном договоре о франчайзинговой деятельности.

Отношения сторон коммерческой концессии являются альтернативой отношений, возникающих между основным и дочерним предприятиями, а метод франчайзинга – альтернативой государственной поддержке малого предпринимательства.

Различают несколько типов и видов франчайзинга. Основными типами являются товарный, производственный, деловой, дочерний и конверсионный франчайзинг.

*Товарный франчайзинг* представляет собой продажу франшизы на товарную марку и распределительную систему сбыта товаров, произведенных франчайзером. При *производственном франчайзинге* крупные компании выдают лицензии другим предприятиям на использование своего товарного знака или торговой марки при изготовлении продукции, которая производится с помощью патентованного процесса и (или) ноу-хау. *Деловой франчайзинг* представляет собой выдачу лицензии на товарный знак и способ розничной торговли товарами и услугами, а также использование ноу-хау в этой сфере.

*Дочерний франчайзинг* предполагает организацию независимого бизнеса под «патронажем» франчайзера, т. е. материнской (головной) компании. *Конверсионный франчайзинг* означает переход (конверсию) к селективным системам сбыта (селективное или эксклюзивное распределение продукции только франчайзи).

Основными видами франчайзинга являются индивидуальный и региональный (территориальный). При *индивидуальном* франчайзинге, являющемся наиболее распространенным видом, лицензия (франшиза) продается на какой-либо один вид бизнеса. При *региональном* франчайзинге создаются двух-, трехуровневые франчайзинговые структуры, действующие в определенном регионе (территории) и имеющие единое головное предприятие (единого франчайзера).

Франчайзер получает следующие выгоды от продажи франшиз: быстрое расширение масштабов бизнеса при небольших финансовых затратах, эффект масштаба и экономия издержек, таможенных пошлин, получение дохода в виде платежей роялти от пользователей лицензий, продвижение своей торговой марки на зарубежных рынках.

Франчайзи данная система предоставляет возможность использования при организации бизнеса известной торговой марки, современных производственных, управленческих и маркетинговых технологий (ноу-хау), методов обучения персонала, консультаций экспертов, частичного финансирования затрат на рекламу и других расходов со стороны франчайзера [8].

Правовые нормы коммерческой концессии установлены в Гражданском кодексе Республики Беларусь. В основу правоотношений ее участников положен договор коммерческой концессии, по условиям которого одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за определенное вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю, в том числе право на фирменное наименование и (или) коммерческое обозначение правообладателя, охраняемую коммерческую информацию, а также другие предусмотренные договором объекты исключительных прав – товарный знак, знак обслуживания и т. д.

Договором коммерческой концессии может быть предусмотрено право пользователя передавать комплекс предоставленных ему исключительных прав или их часть третьим лицам на условиях субконцессии (субфранчайзинга).

### 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

#### 3.1. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица

**Индивидуальное предпринимательство.** Под *индивидуальными предпринимателями* понимаются физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица под свою имущественную ответственность с целью получения прибыли.

Предпринимательская деятельность граждан, осуществляемая без образования юридического лица, регулируется теми же нормами Гражданского кодекса Республики Беларусь и другими нормативно-правовыми документами, что и хозяйственная деятельность юридических лиц. Индивидуальный предприниматель, так же как и юридические лица, вправе заниматься любыми видами предпринимательской деятельности, не запрещенными законом.

На территории Республики Беларусь предпринимательской деятельностью могут заниматься все дееспособные граждане, а также иностранные граждане и лица без гражданства.

*Запрещено заниматься предпринимательской деятельностью* без образования юридического лица государственным служащим, работникам милиции, работникам органов Комитета государственной безопасности, военнослужащим, работникам налоговой службы, лицам, лишенным этого права решением суда.

Индивидуальная предпринимательская деятельность имеет следующие преимущества:

- ✓ упрощен порядок регистрации предпринимательской деятельности и ведения бухгалтерского учета и отчетности;
- ✓ при налогообложении доходы предпринимателя уменьшаются на количество произведенных расходов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
- ✓ применяется упрощенная схема налогообложения по выбору: выплата единого фиксированного налога, подоходного налога или налога на прибыль (доходы).

При *государственной регистрации* индивидуальный предприниматель представляет в регистрирующие органы (исполкомы):

- ✓ заявление, составленное по установленной форме;
- ✓ трудовую книжку или документы с прежнего места работы;
- ✓ документ об уплате регистрационного сбора;
- ✓ фотографии.

В заявлении на регистрацию указываются сведения о гражданине, виды планируемой деятельности и соответствующие этим видам коды по общегосударственному классификатору. Если в дальнейшем возникает необходимость изменить или дополнить виды предпринимательской деятельности, потребуется новая регистрация.

Государственная регистрация предпринимателей осуществляется регистрирующим органом в течение 30 дней со дня подачи документов. Документы можно направить в регистрационный орган ценным почтовым отправлением с уведомлением и описью вложения.

В течение 10 дней после регистрации (получения свидетельства) индивидуальный предприниматель должен стать на учет в налоговом органе по месту жительства. При постановке в налоговом органе в установленном порядке присваивается учетный номер плательщика (УНП). После этого предприниматель может открывать счет в банке и осуществлять предпринимательскую деятельность [3].

В соответствии с ранее действующим законодательством индивидуальный предприниматель вправе привлекать не более трех работников по трудовым контрактам и использовать не более четырех торговых объектов, включая транспортные средства, помещения для хранения товаров и т. п. Однако Указ Президента Республики Беларусь № 760 от 29.12.2006 г. «О внесении дополнений и изменений в Указ Президента Республики Беларусь от 18 июня 2005 г. № 285 “О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности”» определяет, что с 1 января 2008 г. индивидуальные предприниматели могут осуществлять свою деятельность только с привлечением членов семьи и близких родственников (супруг, супруга, родители, дети, усыновители, усыновленные, удочеренные, родные братья и сестры, дед, бабушка, внуки). При несоблюдении этого условия, предприятие должно быть преобразовано в юридическое лицо.

Индивидуальный предприниматель может прекратить свою деятельность добровольно, производя расчеты с работниками и подав заявление в регистрирующий орган, вызвав аудитора. Ликвидация индивидуального предпринимателя может быть реализована в судебном порядке при признании его банкротом, а при недостаточности средств осуществляется продажа личного имущества предпринимателя.

**Простые товарищества.** *Простым товариществом* является товарищество, образованное по договору о совместной деятельности двумя или несколькими лицами (товарищами) на основе соединения своих вкладов и совместного действия без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иной, не противоречащей закону цели. Простое товарищество создается по договору для осуществления предпринимательской деятельности между сторонами, которыми могут быть только индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации. Участниками простого товарищества являются вышеупомянутые товарищи, вкладом которых признается все то, что они вносят в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и деловые связи. Денежная оценка вклада участника простого товарищества производится по соглашению сторон.

Пользование общим имуществом осуществляется по общему согласию учредителей, а при недостижении согласия – в порядке, установленном судом. Соглашением товарищей определяется порядок покрытия расходов и убытков, связанных с их совместной деятельностью. При отсутствии такого соглашения каждый товарищ несет расходы и убытки пропорционально стоимости его вклада в общее дело. Полученная товарищами в результате их совместной деятельности прибыль распределяется пропорционально стоимости вклада [3, 8].

### **3.2. Хозяйственные товарищества: порядок создания, функционирования, управления**

*Хозяйственными товариществами* являются коммерческие организации с разделенным на доли складочным капиталом. Вкладом в имущество хозяйственного товарищества могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные средства, имеющие денежную оценку.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (командитного товарищества). Участниками полных товариществ и полными товарищами в товариществах на вере могут быть индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации. Минимальный размер уставного капитала хозяйственных товариществ составляет 400 евро и на момент государственной регистрации должен быть сформирован наполовину.

**Полное товарищество.** Им признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Лицо может быть участником только одного полного товарищества.

Полное товарищество создается и действует на основе *учредительного договора*, который подписывается всеми его участниками (полными товарищами). В учредительном договоре должны быть указаны фирменное наименование полного товарищества, место его нахождения, порядок управления им, условия о размере и составе складочного капитала товарищества, размере и порядке изменения долей каждого из участников в складочном капитале, размере, составе, сроках и порядке внесения ими вкладов, об ответственности участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов. В учредительном договоре должны предусматриваться порядок совместной деятельности по созданию товарищества, условия передачи ему имущества и участия в его деятельности, условия и порядок распределения прибыли и убытков между участниками, выхода учредителей (участников) из состава товарищества.

Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников, но учредительным договором могут быть предусмотрены случаи, когда решение принимается большинством голосов. Участник полного товарищества не имеет права без согласия других участников совершать от своего имени в своих интересах или в интересах третьих лиц сделки, однородные с теми, которые составляют предмет деятельности товарищества.

Убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале, если иное не предусмотрено учредительным договором или иным соглашением участников. Участники полного товарищества вправе выйти из него, заявив об отказе от участия в товариществе не менее чем за шесть месяцев до фактического выхода. Выбывший участник отвечает по обязательствам товарищества, возникшим до момента его ухода, в течение двух лет со дня утверждения отчета о деятельности товарищества за год, в котором он выбыл из товарищества.

**Товарищество на вере (коммандитное товарищество).** Им признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятель-

ность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товариществами), имеется один или несколько участников-вкладчиков (командистов), которые несут риск убытков товарищества в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении предпринимательской деятельности.

Товарищество на вере создается и действует на основе учредительного договора, который подписывается полными товарищами. Участие вкладчика в складочном капитале удостоверяется свидетельством, выдаваемым ему товариществом. Вкладчик товарищества на вере имеет право получать часть долевой прибыли товарищества, знакомиться с годовыми отчетами и балансом товарищества, по окончании финансового года выйти из товарищества и получить свой вклад в порядке, предусмотренном учредительным договором.

Товарищество на вере сохраняется, если в нем остается не менее одного полного товарища и одного вкладчика. При выбытии всех вкладчиков товарищество на вере должно быть преобразовано в полное товарищество. При ликвидации товарищества на вере вкладчики имеют преимущественное перед полными товарищами право на получение вкладов из имущества товарищества, оставшегося после удовлетворения требований кредиторов [3].

### **3.3. Общество с ограниченной ответственностью: порядок создания, функционирования, управления**

Общество с ограниченной ответственностью учреждается и функционирует в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь и законом Республики Беларусь «Об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью». *Обществом с ограниченной ответственностью* (далее – общество) признается созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

*Участниками общества* могут быть граждане и юридические лица. Общество может быть учреждено одним лицом, которое становится единственным участником. Число учредителей общества



не должно превышать предела, установленного законодательством. В случае превышения этой численности общество в течение года должно быть преобразовано в акционерное общество или в производственный кооператив.

*Учредительными документами* общества являются учредительный договор и устав. Если общество учреждается одним лицом, учредительным документом является устав, утвержденный этим лицом. Если число участников общества два и более, между ними заключается *учредительный договор*, в котором учредители обязуются создать общество и определяют порядок совместной деятельности по его организации, а также состав учредителей (участников) общества, размер уставного капитала и размер доли каждого из учредителей (участников) общества, размер и состав вкладов, порядок и сроки их внесения в уставный капитал общества при его учреждении, ответственность учредителей общества за нарушение обязанности по внесению вкладов, условия и порядок распределения между учредителями общества прибыли, состав органов управления и порядок выхода участников из общества.

*Устав* общества должен содержать следующие сведения:

- ✓ полное и сокращенное фирменное наименование общества;
- ✓ сведения о месте нахождения общества;
- ✓ сведения о составе и компетенции органов управления общества, в том числе о вопросах, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов;
- ✓ сведения о размере уставного капитала общества;
- ✓ сведения о размере и номинальной стоимости доли каждого участника общества;
- ✓ права и обязанности участников общества;
- ✓ сведения о порядке выхода участника из общества;
- ✓ сведения о порядке перехода доли (части доли) в уставном капитале общества к другому лицу;
- ✓ сведения о порядке хранения документов общества и предоставления информации участникам и другим лицам;
- ✓ иные сведения, предусмотренные законом (сведения о филиалах общества и его представительствах) [8].

Уставом общества может быть ограничен максимальный размер доли участника в уставном фонде общества. *Минимальный размер уставного фонда* для ООО установлен 1600 евро и на момент регистрации должен быть сформирован не менее чем на половину [3].

Увеличение уставного капитала общества допускается только после его полной оплаты. Оно может осуществляться за счет имущества общества и (или) за счет дополнительных вкладов участников общества, если это не запрещено уставом общества, за счет вкладов третьих лиц, принимаемых в общество.

*Высшим органом управления* является общее собрание участников общества, компетенция которого установлена законом Республики Беларусь «Об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью». К исключительной компетенции общего собрания относят принятие решений по изменению устава общества и размера его уставного фонда, образование исполнительных органов управления и досрочное прекращение их полномочий, утверждение годовых отчетов, бухгалтерского баланса и распределение прибыли, реорганизации и ликвидации общества, избрание ревизионной комиссии (ревизора).

*Исполнительный орган*, осуществляющий руководство текущей деятельностью и подотчетный общему собранию, может быть коллегиальным (правление, дирекция) и (или) единоличным (директор). Уставом общества может быть предусмотрено образование совета директоров (наблюдательного совета) общества, осуществляющего надзор за деятельностью исполнительных органов управления в период между собраниями [3].

Общество может быть добровольно реорганизовано в форме слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования. Общество может быть ликвидировано в порядке, установленном Гражданским кодексом Республики Беларусь, законом или по решению арбитражного суда в соответствии с законодательством о несостоятельности (банкротстве).

Общество может в соответствии с гражданским законодательством иметь дочерние и зависимые общества. Общество признается *дочерним*, если другое хозяйственное общество или товарищество в силу преобладающего участия в его уставном капитале либо в соответствии с заключенным между ними договором имеет возможность определять решения, принимаемые таким обществом. *Зависимым* признается общество, если другое (преобладающее, участвующее) хозяйственное общество имеет более 20 % уставного капитала первого общества. Общество, которое приобрело более 20 % уставного капитала другого общества или 20 % акций акционерного общества, обязано незамедлительно опубликовать сведения в государственном органе печати [3].

### **3.4. Общество с дополнительной ответственностью: порядок создания, функционирования, управления**

*Обществом с дополнительной ответственностью* признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники общества с дополнительной ответственностью солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, установленных учредительными документами общества.

При банкротстве одного из участников общества его ответственность по обязательствам ОДО распределяется между участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества. *Размер дополнительной ответственности* по законодательству должен быть не менее 1200 евро. Минимальный размер уставного фонда установлен в размере 400 евро [3].

Фирменное наименование общества с дополнительной ответственностью должно содержать наименование общества и слова «с дополнительной ответственностью».

Учредительными документами общества с дополнительной ответственностью являются *учредительный договор* и *устав*, в которых состав сведений устанавливается также, как и в обществах с ограниченной ответственностью.

### **3.5. Акционерные общества: виды, порядок создания, функционирования, управления**

Правовые основы создания и управления акционерным обществом устанавливаются Гражданским кодексом Республики Беларусь и законом Республики Беларусь «Об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью». Под *акционерным обществом* признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права учредителей (акционеров) по отношению к акционерному обществу.

Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Акционерное общество может быть создано путем учреждения нового или реорганизации существующего юридического лица (слияния, присоединения, разделения, преобразования). Акционерное общество может быть открытым или закрытым.

*Открытым акционерным обществом (ОАО)* является общество, которое вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и осуществлять их свободную продажу с учетом требований законодательства. Акционеры открытого общества могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров общества. Число акционеров открытого общества не ограничено. Минимальный размер уставного фонда ОАО должен быть равен не менее 12 500 евро и на момент регистрации сформирован на 100 %.

*Закрытым акционерным обществом (ЗАО)* является общество, акции которого распределяются только среди учредителей или иного, заранее установленного, круга лиц. Закрытое общество не имеет право проводить открытую подписку на выпускаемые им акции, либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц. В случае если число акционеров закрытого общества превысит предел, установленный законодательством, указанное общество в течение года должно преобразоваться в открытое. Акционеры ЗАО имеют преимущественное право приобретения акций, продаваемых другими акционерами этого общества, по цене предложения другому лицу. Минимальный размер уставного фонда для ЗАО составляет 3000 евро.

Учредителями акционерного общества могут являться граждане или юридические лица. Общество может быть учреждено одним лицом, решение об учреждении общества это лицо принимает единогласно. Но общество не может иметь в качестве единственного учредителя другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.

Учредители общества заключают между собой письменный договор о его создании, определяющий порядок осуществления ими совместной деятельности по учреждению общества, размер уставного капитала, категории и типы акций, размер и порядок их оплаты, права и обязанности учредителей по созданию общества. Договор о создании общества не является учредительным документом.

Избрание органов управления общества осуществляется учредителями большинством в три четверти голосов, которые представляют подлежащие размещению среди учредителей общества акции.

*Учредительным документом* акционерного общества является *устав*, требования которого обязательны для исполнения всеми органами общества и его акционерами. Кроме сведений, которые содержатся в уставе других обществ, устав акционерного общества должен дополнительно включать следующую информацию: тип общества (открытое или закрытое), количество, номинальную стоимость, категории (обыкновенные, привилегированные) акций и типы привилегированных акций, права акционеров-владельцев акций каждой категории.

Уставом обществом могут быть установлены ограничения количества акций, принадлежащих одному акционеру, а также максимального числа голосов, предоставляемых одному акционеру.

Кроме того, в уставе может быть изложена информация по количеству и номинальной стоимости акций, которые общество вправе размещать дополнительно к размещенным акциям (объявленные акции). Устав общества также должен содержать сведения о размере дивиденда и (или) стоимости, выплачиваемой при ликвидации общества (ликвидационная стоимость) по привилегированным акциям каждого типа. В уставе может быть установлено, что невыплаченный или не полностью выплаченный дивиденд по привилегированным акциям определенного типа накапливается и выплачивается впоследствии (кумулятивные привилегированные акции).

*Уставный капитал* акционерного общества составляется из номинальной стоимости акций, приобретенных акционерами. Номинальная стоимость всех обыкновенных акций общества должна быть одинаковой. Уставный капитал общества определяет минимальный размер имущества, гарантирующий интересы его кредиторов. Уставный капитал общества может быть увеличен путем размещения дополнительных акций, которые могут быть размещены обществом только в пределах количества объявленных акций, установленного уставом общества. Если по окончании второго и каждого последующего финансового года стоимость части активов общества оказывается меньше его уставного капитала, общество обязано объявить об уменьшении своего уставного капитала до величины, не превышающей стоимости его чистых активов.

*Формирование уставного капитала* общества осуществляется путем выпуска и размещения акций, которые при учреждении общества должны быть полностью оплачены в течение срока, определенного уставом. Оплата акций и иных ценных бумаг общества может осу-

ществоваться деньгами, ценными бумагами, другими вещами либо иными правами, имеющими денежную оценку.

При учреждении общества все его акции должны быть размещены среди учредителей и являются именными. Общество выпускает и размещает обыкновенные и привилегированные акции нескольких типов, но номинальная стоимость размещенных привилегированных акций не должна превышать установленного законодательством размера. Каждая обыкновенная акция общества представляет акционеру – ее владельцу – одинаковый объем прав.

Общество в установленном законодательством порядке должно вести реестр акционеров, в котором указываются сведения о каждом зарегистрированном лице, количестве и категориях (типах) акций, записанных на имя каждого владельца.

Держателем реестра акционеров общества может быть само общество, осуществившее размещение акций, или специализированный регистратор. Общество с числом акционеров более 50 обязано поручить ведение и хранение реестра акционеров специализированному регистратору.

Общество вправе раз в год принимать решение (объявлять) о выплате дивидендов по размещенным акциям. Дивиденды выплачиваются деньгами или иным имуществом из чистой прибыли общества за текущий год, но по привилегированным акциям определенных типов могут выплачиваться за счет специально предназначенных для этого фондов общества.

Общество не имеет права принимать решения о выплате дивидендов по акциям:

- ✓ до полной оплаты всего уставного капитала общества;
- ✓ до выкупа всех акций, которые должны быть выкуплены в соответствии с законодательством;
- ✓ если на момент выплаты дивидендов общество отвечает признакам несостоятельности (банкротства) или указанные признаки появятся у общества в результате выплаты дивидендов.

В обществе может создаваться *резервный фонд*, предназначенный для покрытия его убытков, также для погашения облигаций общества и выкупа акций в случае отсутствия иных средств. Резервный фонд не может быть использован для иных целей.

Уставом общества может быть предусмотрено формирование из чистой прибыли *специализированного фонда акционирования работников общества*. Его средства расходуются исключительно на приоб-

решение акций общества, продаваемых акционерами этого общества, для последующего размещения среди работников.

Общество в соответствии с законодательством о ценных бумагах и уставом может размещать облигации и иные ценные бумаги. *Облигация* удостоверяет право ее владельца требовать погашения облигации (выплату номинальной стоимости или номинальной стоимости и процентов) в установленные сроки. Выпуск облигаций без обеспечения допускается не ранее третьего года существования общества и при условии надлежащего утверждения к этому времени двух годовых балансов общества.

*Органами управления акционерного общества* являются общее собрание акционеров, совет директоров (наблюдательный совет) общества и исполнительный орган управления.

*Высшим органом управления* акционерным обществом является общее собрание акционеров. Годовое собрание проводится в сроки, установленные уставом общества, но не ранее чем через два месяца и не позднее чем через шесть месяцев после окончания года.

На годовом собрании акционеров общества решается вопрос об избрании совета директоров (наблюдательного совета) общества, ревизионной комиссии (ревизора), утверждении аудитора общества, рассматриваются и утверждаются представленные советом директоров (наблюдательным советом) годовой отчет общества, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков общества, распределение прибыли и убытков.

В компетенцию общего собрания акционеров общества входит решение важнейших вопросов жизнедеятельности акционерного общества (АО), среди которых следующие: внесение изменений и дополнений в устав, реорганизация или ликвидация АО, назначение ликвидационной комиссии и утверждение промежуточного и окончательного ликвидационных балансов, определение количественного состава совета директоров и их избрание, определение количества, номинальной стоимости, категории (типа) объявленных акций и прав, предоставляемых этими акциями, увеличение или уменьшение уставного фонда, образование органов управления, избрание ревизионной комиссии (ревизора), утверждение аудитора общества, утверждение годовых отчетов и распределение прибыли, выплата (объявление) дивидендов, принятие решений об одобрении крупных сделок, участии в холдинговых компаниях, финансово-промышленных группах, ассоциациях и иных объединениях коммерческих организаций.

*Совет директоров* (наблюдательный совет) осуществляет общее руководство деятельностью общества, за исключением решения вопросов, отнесенных к исключительной компетенции общего собрания акционеров. Члены совета директоров избираются общим собранием акционеров сроком на один год и могут переизбираться неограниченное число раз. Председатель совета директоров избирается членами совета директоров из их числа большинством голосов.

*Исполнительный орган* акционерного общества осуществляет руководство текущей деятельностью. Им может быть *единоличный* (директор, генеральный директор), или *коллегиальный* исполнительный орган общества (правление), или оба органа осуществляют руководство обществом одновременно. При этом уставом общества должна быть определена компетенция каждого из них.

Едиличный исполнительный орган общества (директор, генеральный директор) действует без доверенности общества, в том числе представляет его интересы, совершает сделки от имени общества, утверждает штат работников, издает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми работниками общества. По решению общего собрания акционеров, полномочия исполнительного органа могут быть переданы по договору коммерческой организации (управляющей организации) или индивидуальному предпринимателю.

Ревизионная комиссия общества избирается общим собранием акционеров в соответствии с уставом общества. Ревизия финансово-хозяйственной деятельности общества осуществляется по итогам деятельности общества за год, а также в любой момент времени по инициативе ревизионной комиссии, собрания акционеров или совета директоров (наблюдательного совета) [3].

Акционерное общество может иметь зависимые и дочерние общества, создавать филиалы и открывать представительства. Акционерное общество может быть ликвидировано в добровольном порядке либо по решению арбитражного суда при признании его банкротом.

### **3.6. Производственные кооперативы: порядок создания, функционирования, управления**

Производственные кооперативы создаются и осуществляют свою деятельность в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь и другими нормативно-правовыми документами.



*Производственный кооператив* – это коммерческая организация, участники которой осуществляют предпринимательскую деятельность на началах объединения имущественных паевых взносов и личного трудового участия и несут субсидиарную ответственность по обязательствам в пределах, установленных уставом, но не менее величины полученного годового дохода в кооперативе.

Законом установлена расширенная сфера деятельности производственных кооперативов: производство, переработка, сбыт промышленной и иной продукции, торговля, строительство, бытовое и иные виды обслуживания, добыча полезных ископаемых, других природных ресурсов, сбор и переработка вторичного сырья, проведение научно-исследовательских, проектно-конструкторских работ, а также оказывающих медицинские, правовые, маркетинговые и другие не запрещенные законом виды услуг.

Производственный кооператив образуется исключительно по решению его учредителей. Число членов кооператива не может быть менее трех человек. Членами кооператива, учитывая требования личного трудового участия, могут быть только физические лица. Имущество производственного кооператива изначально состоит из паевых взносов его членов и является его собственностью. Оно делится на пай, но это не означает наличия долевой собственности. Размер пая не зависит от паевого взноса и не влияет на права участников.

К моменту государственной регистрации кооператива член кооператива обязан внести не менее 10 % паевого вноса. Остальная часть вносится в течение года после государственной регистрации. Паевые взносы образуют уставный фонд производственного кооператива, минимальный размер которого должен составлять сумму, эквивалентную 400 евро. Гражданский кодекс Республики Беларусь предусматривает возможность создания на основании единогласного решения членов кооператива *неделимых фондов*, используемых для целей, определенных уставом производственного кооператива.

*Учредительным документом* кооператива является *устав*, утверждаемый общим собранием членов кооператива. В уставе производственного кооператива, в отличие от других организационно-правовых форм, должны содержаться дополнительные сведения об размерах паевых взносов, порядке и сроках их внесения, характере личного трудового участия членов кооператива в его деятельности и их ответственности, порядке вступления новых членов, условиях добровольного выхода либо исключения из членов кооператива. В фир-

менном наименовании кооператива должны обязательно указываться слова «производственный кооператив» или «артель».

*Органами управления кооперативом* являются общее собрание его членов, наблюдательный совет и исполнительные органы – правление и (или) председатель кооператива. *Высшим органом управления кооперативом* является общее собрание его членов, которое вправе рассматривать и принимать решения по любому вопросу образования и деятельности кооператива. Каждый член кооператива независимо от размера его пая имеет при принятии решений общим собранием один голос. Общее собрание членов кооператива проводится не реже чем один раз в год, не позднее чем через три месяца после окончания года.

В крупных кооперативах может быть создан наблюдательный совет, членами которого должны быть только члены кооператива. *Наблюдательный совет* осуществляет контроль за деятельностью исполнительных органов кооператива. Член наблюдательного совета одновременно не может быть членом правления кооператива и его председателем. Члены наблюдательного совета кооператива не имеют права совершать действия от имени кооператива.

В состав исполнительных органов кооператива входит *правление* и (или) *председатель*, которые избираются общим собранием из числа членов кооператива и осуществляют руководство его деятельностью в период между собраниями. Правление кооператива возглавляет председатель. Полномочия председателя кооператива устанавливаются уставом. Исполнительные органы подотчетны наблюдательному совету и общему собранию членов кооператива.

В целях проведения контроля за финансово-хозяйственной деятельностью кооператива общее собрание членов кооператива избирает ревизионную комиссию или ревизора.

Кооператив может быть добровольно реорганизован в форме слияния, присоединения, разделения, выделения или преобразования по решению общего собрания его членов. Кооператив ликвидируется по решению общего собрания или в связи с признанием судом недействительной государственной регистрации кооператива. Кооператив может быть ликвидирован также по решению суда в случае осуществления деятельности без специальной лицензии (в лицензируемых сферах), несоответствующей уставным документам либо в случае неоднократных или грубых нарушений закона, а также вследствие признания его несостоятельным в соответствии с законом Республики Беларусь «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» [3].

### 3.7. Унитарные предприятия: виды, порядок создания, функционирования, управления

*Унитарное предприятие* – это коммерческая организация, учрежденная по решению собственника имущества (физического или юридического лица, уполномоченного государственного органа), которое принадлежит ей на праве хозяйственного ведения или оперативного управления. Гражданский кодекс Республики Беларусь допускает возможность создания, наряду с государственными, частных унитарных предприятий.

Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками. По сути имущество унитарного предприятия принадлежит единому собственнику (*unite* – в пер. с англ. *унитарный, единый*), в качестве которого могут выступать: республиканские органы власти – республиканские унитарные предприятия (РУП), местные государственные органы управления – коммунальные унитарные предприятия (КУП) и частные физические или юридические лица – частные унитарные предприятия (ЧУП). Унитарные предприятия являются удобной формой в случае, когда собственник желает сохранить полный контроль за использованием своего имущества и ведением дел руководством предприятия. Имущество передается унитарному предприятию на праве хозяйственного ведения или оперативного управления. *Фирменное наименование* унитарного предприятия должно содержать указание на собственника имущества.

Унитарное предприятие, находящееся в республиканской собственности, основанное на праве оперативного управления, называют *казенным предприятием*. Оно создается по решению правительства Республики Беларусь. Типовой устав казенного предприятия утверждает Правительство Республики Беларусь, которое также назначает руководителя предприятия, заключая с ним контракт.

Собственник имущества, находящегося в хозяйственном ведении, в соответствии с законом решает вопросы создания предприятия, определения предмета и целей его деятельности, его регистрации и ликвидации, назначает директора (руководителя) предприятия, утверждает устав, осуществляет контроль за использованием по назначению и сохранностью имущества. Предприятие не вправе продавать принадлежащее ему на праве хозяйственного ведения недвижимое

имущество, сдавать его в аренду, отдавать в залог, вносить в качестве вклада в уставный (складочный) капитал хозяйственных обществ и товариществ или иным способом распоряжаться этим имуществом без согласия собственника.

Казенное предприятие в отношении закрепленного за ним имущества осуществляет права владения, пользования и распоряжения им (с согласия собственника этого имущества) в пределах, установленных законом, в соответствии с целями своей деятельности, заданиями собственника и назначением имущества.

*Учредительным документом* унитарного предприятия является *устав*, который должен содержать следующие сведения:

- ✓ наименование унитарного предприятия с указанием на собственника его имущества;
- ✓ место его нахождения;
- ✓ порядок управления деятельностью унитарного предприятия;
- ✓ предмет и цели деятельности предприятия;
- ✓ размер уставного фонда, порядок и источники его формирования;
- ✓ другие сведения, связанные с деятельностью предприятия.

*Местонахождением* ЧУП может являться жилое помещение (квартира, жилой дом) физического лица. При осуществлении производственной деятельности (выполнении работ, оказании услуг) жилое помещение, в котором зарегистрировано унитарное предприятие, должно в установленном порядке быть переведено в нежилой фонд.

Минимальный размер *уставного фонда* для унитарных предприятий на праве оперативного управления составляет 400 евро, а для унитарных предприятий на праве хозяйственного ведения – 800 евро. Уполномоченный на создание унитарного предприятия государственный орган (орган местного самоуправления) или частное лицо формирует уставный фонд, который должен быть полностью оплачен собственником до момента государственной регистрации унитарного предприятия. Если по окончании финансового года стоимость чистых активов предприятия окажется меньше уставного капитала, уполномоченный орган обязан осуществить уменьшение уставного фонда.

Унитарное предприятие на праве хозяйственного ведения может быть ликвидировано по решению собственника или по решению суда при признании его банкротом. Казенное предприятие не может быть признано несостоятельным, а его реорганизация или ликвидация проводится только по решению правительства Республики Беларусь [3].

### **3.8. Объединения предпринимательских организаций: классификация, цели, порядок создания**

Объединения предпринимательских организаций не являются особыми организационно-правовыми формами. В случае если они наделены коммерческими функциями, то должны быть зарегистрированы в одной из вышерассмотренных форм. Если же их функции не связаны с коммерческой деятельностью, то они функционируют в соответствии с законодательством, регулирующим деятельность некоммерческих организаций. В настоящее время выделяют следующие основные формы объединения предпринимательских организаций: государственные объединения (концерны), холдинги, финансово-промышленные и иные хозяйственные группы, ассоциации (союзы).

*Государственные объединения*, к которым отнесены в том числе концерны, производственные и научно-производственные объединения, создаются по решению республиканского (президент Республики Беларусь, правительство Республики Беларусь, уполномоченные ими государственные организации) или местного органа государственного управления по отраслевому, территориальному или иному принципу в целях осуществления общего руководства и управления деятельностью входящих в объединение коммерческих и некоммерческих организаций, координации их деятельности и представления интересов участников перед другими хозяйствующими субъектами и органами государственного управления.

По общему правилу, государственные объединения являются некоммерческими организациями. Однако по решению соответствующих органов государственного управления они могут наделяться коммерческими функциями. Кроме того, объединения (концерны), созданные до вступления в силу положений нового Гражданского кодекса Республики Беларусь (1999), продолжают сохранять статус коммерческих организаций до особого распоряжения их учредителей.

Участниками государственных объединений наряду с государственными организациями могут выступать частные организации и индивидуальные предприниматели на добровольных условиях и в порядке, определяемом уставом объединения. Все участники объединения (концерна) сохраняют права юридического лица (или индивидуального предпринимателя) и не отвечают по обязательствам объединения, и наоборот.

Государственное объединение (концерн) действует на основании *устава*, который утверждается государственным органом (должностным лицом), принявшим решение о его создании, либо уполномоченным им органом. В уставе в обязательном порядке отражаются порядок и источники формирования имущества объединения.

Имущество государственного объединения находится в государственной собственности и принадлежит ему на праве хозяйственного ведения либо на праве оперативного управления. Имущество участников объединения (концерна) не входит в состав имущества самого объединения, т. е. участники объединения при его создании не объединяют свое имущество.

Следует отметить, что в новой редакции Гражданского кодекса Республики Беларусь не предусмотрена такая форма объединения субъектов хозяйствования, как концерн, а организации, функционирующие в такой форме, должны внести соответствующие изменения в свои учредительные документы. Однако в международной практике под *концерном* понимается предприятие, занимающее доминирующее положение на рынке и выполняющее функции единого центра принятия решений посредством механизма владения контрольным пакетом акций других предприятий отрасли. Последнее обстоятельство говорит о схожести концерна и холдинга.

Понятие «холдинг» в Республике Беларусь впервые было закреплено в законодательстве о приватизации. Положение о холдингах, создаваемых в процессе разгосударствления и приватизации республиканской собственности, определяет *холдинг* как юридическое лицо любой организационно-правовой формы, в состав имущества которого входят и (или) в управлении которого находятся доли (акции) в имуществе иных юридических лиц, обеспечивающие ему право принятия или отклонения решений, принимаемых их высшими органами управления.

Положение о холдингах различает *три типа холдингов*:

✓ *производственный* – холдинг, осуществляющий хозяйственную деятельность и функции держателя акций (менее 50 % имущества составляют доли в имуществе иных юридических лиц);

✓ *финансовый* – холдинг, в котором более 50 % имущества составляют доли (акции) в имуществе иных субъектов хозяйствования;

✓ *смешанный* – холдинг, осуществляющий хозяйственную деятельность и функции владения контрольным пакетом акций или долями (более 50 %) в имуществе других юридических лиц.

В число участников (акционеров) холдинговых компаний и их дочерних предприятий при их создании могут входить также юридические и физические лица, признанные покупателями в соответствии с законодательством о приватизации, обозначаемые в дальнейшем как сторонние инвесторы. Число участников (акционеров) холдинговых компаний неограниченно.

Преимущества холдингов заключаются в возможностях реализации единой корпоративной политики, борьбы с глобальной конкуренцией, в использовании эффекта масштаба производства и сбыта для снижения издержек, достижения высокой эффективности в международном движении капитала, минимизации негативного воздействия государства на предприятия.

Отрицательные стороны холдинга: стремление к монополизму (олигополии), усилению контроля над предприятиями; искусственное поддержание нерентабельных предприятий за счет рентабельных. Чтобы недопустить монополизации рынка, государство при регистрации холдинга требует получения согласия государственного антимонопольного органа управления.

По законодательству нашей страны концерны и холдинги, могут приобретать такую форму объединения предпринимательской деятельности, как хозяйственные и финансово-промышленные группы.

*Хозяйственная группа* – это не имеющее статуса юридического лица объединение юридически самостоятельных коммерческих и некоммерческих организаций для общей или согласованной предпринимательской деятельности, основанной на имущественных и неимущественных отношениях. Указ Президента Республики Беларусь № 482 от 27.11.1995 г. «О создании и деятельности в республике хозяйственных групп» предусматривает создание хозяйственных групп способом, при котором одному участнику группы (головной организации) принадлежит доля в имуществе каждого из иных участников группы или другие допускаемые законодательством права таким образом, что эта доля и эти права обеспечивают головной организации возможность принятия или отклонения решений высшего органа управления каждого участника хозяйственной группы. Созданная таким способом хозяйственная группа есть не что иное как холдинг.

В соответствии с законом Республики Беларусь от 4 июня 1999 г. «О финансово-промышленных группах» под *финансово-промышленной группой* понимается не имеющее статуса юридического лица объединение коммерческих и некоммерческих организаций,

действующих в банковской и производственной сфере, создаваемое для осуществления совместной предпринимательской деятельности его участников путем объединения их вкладов на основе договора о создании финансово-промышленной группы.

Участниками финансово-промышленной группы могут быть юридические лица, подписавшие договор о ее создании, и учрежденная ими центральная компания. В состав финансово-промышленной группы могут входить коммерческие и некоммерческие организации, в том числе и иностранные, за исключением общественных и религиозных организаций.

Создание финансово-промышленной группы осуществляется на основании заключаемого между участниками *договора*, который должен содержать сведения о наименовании финансово-промышленной группы, порядке учреждения центральной компании как юридического лица, уполномоченного на ведение дел финансово-промышленной группы, порядке внесения изменений в состав участников, объем, порядок и условия формирования активов, цели объединения участников и срок действия договора.

Для государственной регистрации центральная компания финансово-промышленной группы представляет в полномочный государственный орган следующие документы:

- ✓ заявку на создание финансово-промышленной группы;
- ✓ договор о создании финансово-промышленной группы;
- ✓ нотариально-заверенные копии свидетельства о регистрации учредительных документов, копии реестров акционеров каждого из участников;
- ✓ организационный проект;
- ✓ нотариально заверенные и легализованные учредительные документы иностранных участников;
- ✓ заключение республиканского антимонопольного органа.

*Высшим органом управления* финансово-промышленной группы является совет управляющих финансово-промышленной группы, включающий представителей всех ее участников. Компетенция совета управляющих финансово-промышленной группы устанавливается договором о создании финансово-промышленной группы.

Ассоциации (союзы) коммерческих организаций создаются и осуществляют свою деятельность в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь и законом Республики Беларусь «О некоммерческих организациях». *Ассоциации (союзы)* – это объединения



коммерческих организаций и (или) индивидуальных предпринимателей, созданные на основе договора в целях координации их предпринимательской деятельности, представления и защиты их общих имущественных интересов.

Ассоциации (союзы) коммерческих организаций являются некоммерческими организациями, но если по решению участников на ассоциацию (союз) возлагается ведение предпринимательской деятельности, такая ассоциация (союз) преобразуется в хозяйственное общество или товарищество. Законодательство четко определяет, что ассоциация (союз) имеет статус юридического лица со всеми его признаками. При этом она не отвечает по обязательствам своих членов, в то время как последние несут субсидиарную ответственность по обязательствам ассоциации в соответствии с ее уставными документами.

В ассоциации (союзы) на добровольных началах могут объединяться общественные, иные некоммерческие организации и учреждения. Члены ассоциации (союза) сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица, могут безвозмездно пользоваться ее услугами, по своему усмотрению выйти из ассоциации (союза) по окончании финансового года. При добровольном выходе из ассоциации (союза) или при исключении член ассоциации несет субсидиарную ответственность по обязательствам ассоциации (союза) пропорционально своему взносу в течение двух лет с момента выхода.

*Учредительными документами* ассоциации (союза) являются подписанный ее членами *учредительный договор* и утвержденный ими *устав*. Учредительный документ должен содержать следующие сведения: наименование ассоциации (союза) как юридического лица, место его нахождения, порядок совместной деятельности по его созданию, условия передачи ассоциации имущества и участия в ее деятельности, состав и компетенция органов управления ассоциацией, порядок и условия выхода членов из ассоциации (союза).

*Высшим органом управления* ассоциацией (союзом) является общее собрание ее членов. Исполнительным органом управления может быть коллегиальный и (или) единоличный орган управления [3].

Ликвидируются объединения предпринимательских организаций по решению их учредителей либо в соответствии с действующим законодательством.

## 4. ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

### 4.1. Общая политика предприятия: сущность и содержание

Современные предпринимательские организации функционируют в сложной и непредсказуемой внешней среде. Наряду с давлением конкуренции серьезное влияние на развитие предпринимательской деятельности оказывают такие факторы, как кооперация и интеграция, цены, налоги, кредиты, деятельность государственных органов управления и т. п. В этих условиях предприятиям необходимо не просто уметь реагировать на изменения, а создавать механизмы мониторинга и контроля, которые позволяют заблаговременно выявить и реализовать компенсирующие мероприятия. Одним из таких механизмов является бизнес-планирование, в процессе которого формируется организационная политика в разрезе основных подразделений предприятия, ответственных за реализацию предпринимательской стратегии.

*Общая политика организации* – это система стандартных правил, в соответствии с которой строится поведение сотрудников и осуществляется деятельность организации в рамках выбранной стратегии развития. В сущности, организационная политика описывает основные направления деятельности менеджеров (рис. 1).

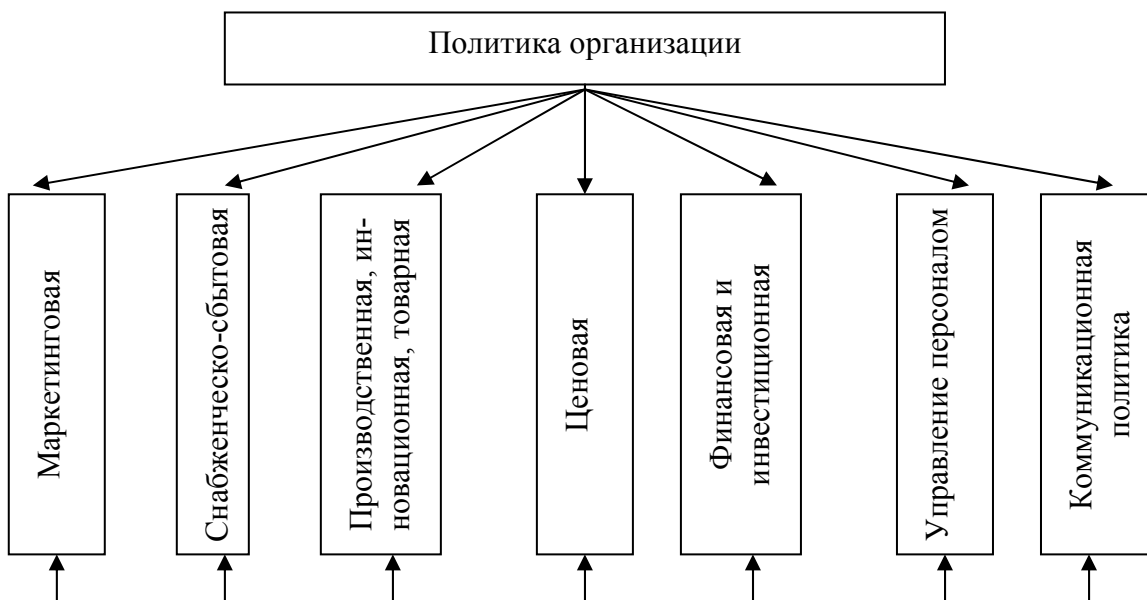


Рис. 1. Содержание политики организации

*Маркетинговая политика* – это совокупность используемых организацией маркетинговых подходов по обеспечению комплексного воздействия на все подразделения предприятия с целью их адаптации к действующей ситуации на рынке. Эффективная маркетинговая политика не только объединяет деятельность различных служб предприятия, но и позволяет сформировать производственную программу на основе маркетинговых исследований, прогноза динамики спроса и предложения продукции или услуг на внутреннем и внешнем рынках.

*Снабженческо-сбытовая политика* заключается в формировании и использовании наиболее эффективных каналов поставки сырья, материалов и готовой продукции, которые позволяют минимизировать транспортные издержки и сроки доставки товара и оптимизировать выгоды самого предприятия и его потребителей (возможные скидки), оправдать и превзойти ожидания клиентов относительно цены, качества продукции и уровня обслуживания.

*Товарно-производственная политика* – это ориентация организации на использование современных ресурсосберегающих технологий и своевременное обновление основного капитала с целью формирования товарного ассортимента в соответствии с платежеспособным спросом и обеспечения рентабельной работы предприятия.

*Ценовая политика* – это использование рыночных подходов и методов ценообразования, оптимизирующих производство продукции и финансовые результаты предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Например, формирование рыночной цены на древесину на корню по остаточному принципу от цены на круглые лесоматериалы, реализуемые на товарной бирже, позволяет увеличить доходность лесохозяйственных учреждений и сформировать предпосылки для постепенного перехода на рентабельное лесное хозяйство.

*Финансовая и инвестиционная политика* – совокупность подходов, ориентированных на обеспечение краткосрочной и долгосрочной финансовой стабильности предприятия на основе инвестирования средств в приоритетные направления и сферы производственной деятельности, перспективные товары и ассортиментные группы.

*Кадровая политика* (управление персоналом) – это использование современных подходов и методов подбора, расстановки, обучения и продвижения персонала, направленные на обеспечение стратегии квалифицированными кадрами и повышения мотивации труда.

*Коммуникационная политика* – это система мероприятий, улучшающих репутацию предприятия в окружающей среде.

## 4.2. Маркетинговая политика: цели, структура и содержание

Формирование эффективной маркетинговой политики является ключевым моментом деятельности организации. От того насколько руководство в организации осознает роль маркетинга, зависит построение маркетинговой деятельности и возможность быстрой адаптации фирмы во внешней среде и адекватного реагирования на ее изменения. С точки зрения маркетинга изучению и контролю подлежит не только место производимого или продаваемого организацией товара, но и все контактные аудитории, которые обращают или могут обратить внимание на этот товар (услугу) и организацию в целом, а также оказывают или могут оказать какое-либо воздействие соответственно на позиции товара (услуги) и организации в целом. Поэтому цель маркетинговой политики и заключается в постоянном и эффективном информировании покупателей целевой группы о потребительской ценности товара и качестве сервисного обслуживания.

Необходимо обратить внимание, что часто основная цель организации определяется как извлечение прибыли. Это ограничивает возможность правильной постановки стратегических задач, обеспечения скоординированной инвестиционной и финансовой политики с масштабом поставленных целей. Например, при ухудшении финансового состояния предприятия стремятся в первую очередь сократить маркетинговый бюджет и инвестиционные расходы для улучшения краткосрочной ликвидности, что отрицательно может сказаться на прибыльности в долгосрочной перспективе.

В современной рыночной экономике появление новых участников в предпринимательской среде, расширение номенклатуры и ассортимента товаров, необходимость придания товарам отличительных характеристик обострило конкуренцию и поставило перед менеджерами необходимость переосмыслить взгляд на маркетинг. Концепцию ориентации на сбыт продукции сменила концепция ориентации на спрос потребителей. Маркетинг как концепция сбыта стал трансформироваться в маркетинг концепции управления, ориентированной на меняющиеся условия рынка и внешнего окружения.

*Маркетинговая политика* – это комплексная система организации, разработки, производства, продвижения и реализации товаров (услуг), направленная на удовлетворение спроса потребителей (по ассортименту и качеству) и достижение организационных целей.

Основными чертами маркетинговой политики являются:

- ✓ ориентация на долгосрочный коммерческий успех;
- ✓ системный комплексный подход к решению задач, стоящих перед предприятием;
- ✓ непрерывный сбор, обработка и анализ информации о рынках и фирмах;
- ✓ активное воздействие на окружающую среду, а не пассивное приспособление к ней (агрессивный маркетинг);
- ✓ инновационная деятельность в производстве;
- ✓ инициатива, творческий подход в управлении производством, финансами, сбытом и кадрами.

Как показано на рис. 2, маркетинговая политика включает три основных составляющих элемента: ассортиментная (товарная) политика, позиционирование товара, разработка новой продукции. Все эти элементы взаимосвязаны друг с другом.

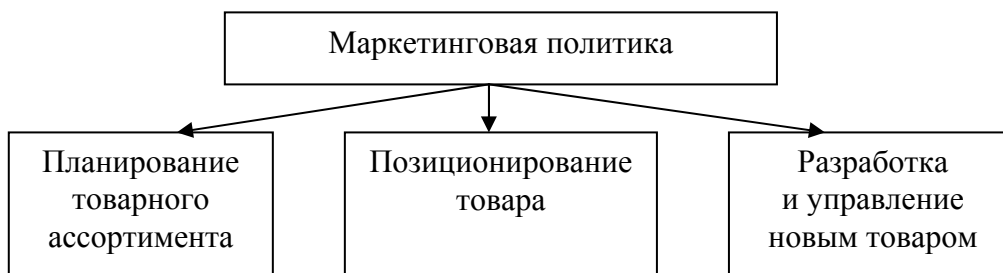


Рис. 2. Структура маркетинговой политики

В силу многообразия товаров на рынке производитель, стремящийся к успеху, должен придать своей продукции особенные индивидуальные характеристики, чтобы выделить собственные товарные линии из имеющегося на рынке широкого ассортимента продукции.

*Товарный ассортимент* – это группа производимых или предлагаемых товаров, сходных по своим функциям и потребительским свойствам. Товары одной ассортиментной группы предназначены удовлетворять одни и те же потребности и предназначены одним и тем же группам покупателей. Товарный ассортимент характеризуется двумя основными параметрами: шириной и глубиной ассортимента. *Ширина товарного ассортимента* определяет количество наименований товарных групп, производимых или реализуемых предпри-

ем. Достаточно часто для обозначения ширины ассортимента на предприятиях используется понятие номенклатура выпускаемых изделий. *Глубина ассортимента* характеризует количество различных модификаций товара внутри одной товарной группы.

*Ассортиментная (товарная) политика* – это система подходов и методов планирования ширины и глубины товарного ассортимента в соответствии с возможностями организации и требованиями обслуживания целевых сегментов рынка, особенностей покупателей. Увеличение ширины ассортимента ориентировано на стимулирование комплексных покупок в одном месте (магазине или предприятии), в то время как глубина ассортимента позволяет учитывать различные вкусы покупателей в отношении одного и того же товара.

*Позиционирование товара* заключается в анализе и оценке позиции товара среди товаров-конкурентов в различных сегментах рынка и обеспечении ему такого положения, при котором именно этот товар будет более привлекательным для покупателей по сравнению с товарами-конкурентами. Главная задача – правильный выбор целевой группы потребителей с учетом возможностей организации по их эффективному обслуживанию. Выбранная группа потребителей будет тем самым сегментом, с которым в основном будет работать организация. При позиционировании ориентируются на те группы потребителей, которые объединены ожидаемой ими пользой от товара (сегментация по спросу). В этом процессе важно подчеркнуть индивидуальные особенности товара и его преимущества для конкретной выбранной целевой группы покупателей. Позиционирование товара, как и ассортиментная политика, опираются на концепцию жизненного цикла товара, которая определяет выбор конкретных подходов и методов продвижения продукции, формирования позитивного имиджа товара и организации на рынке.

Концепция жизненного цикла товара предполагает предвидение изменений во вкусах потребителей, конъюнктуры рынка, конкуренции, это позволяет осуществить прогноз продаж и сформировать ассортиментную (товарную) политику используя возможное сочетание товаров, находящихся на различных стадиях зрелости.

На этапе внедрения разработанной новой продукции организации необходимо информировать покупателей об ее отличительных особенностях, преимуществах и потребительских свойствах.

Поэтому основные направления *маркетинговой политики на этапе внедрения нового товара* на рынок сводятся к следующим:

- ✓ заинтересовать потенциальных потребителей;
- ✓ сформировать положительное мнение о товаре;
- ✓ реализовать ценовую политику, активно стимулирующую приобретение товаров;
- ✓ изучать и реагировать на поведение конкурентов.

В процессе функционирования фирмы с течением времени новый товар становится более известным целевой группе потребителей, увеличивается спрос, снижаются издержки, увеличивается прибыль в основном за счет роста объемов производства и сбыта, происходит активизация конкурентов.

Основными задачами *маркетинговой политики на этапе роста* будут следующие:

- ✓ расширить глубину ассортимента выпускаемой продукции, т. е. создать многообразие товара;
- ✓ произвести изменения ценовой политики (скидки за крупные оптовые закупки);
- ✓ расширить сбыт продукции за счет охвата дополнительных групп покупателей, в том числе за счет выхода на другие географические рынки;
- ✓ активизировать работу торгового персонала посредством системы экономического стимулирования;
- ✓ активно стимулировать сбыт продукции за счет новых рекламных кампаний, создания торговых сетей и т. п.

*На этапе зрелости продукта*, когда он уже достиг пика продаж, перед организацией стоят следующие основные задачи:

- ✓ поддержать конкурентные преимущества товара;
- ✓ изменить ценовую политику на стимулирующую;
- ✓ изменить политику, проводимую по отношению к конкурентам (снижение цен, рекламные акции и т. п.);
- ✓ начать создание нового товара или модифицировать товар, основываясь на требования потребителя.

*Этап спада* характеризуется превышением предложения товаров над спросом, существенным увеличением издержек, снижением прибыли и появлением убытков, уменьшением числа конкурентов.

Основные задачи *маркетинговой политики на этапе спада*:

- ✓ изменение ценовой политики (как правило – это политика сниженных цен);
- ✓ сведение к минимуму производства данной группы товаров с последующим его прекращением;

- ✓ ориентация сбыта на консервативные слои покупателей;
- ✓ производство модифицированных или улучшенных товаров;
- ✓ разработка нового товара.

*Разработка новой продукции* достаточно длительный и дорогостоящий процесс и его эффективность во многом предопределяется маркетинговым анализом, описанием продукции, которая имеет перспективы, потенциальной восприимчивости рынка. При генерировании новых идей на практике применяют следующие методы:

- ✓ мозговая атака;
- ✓ целевые обсуждения;
- ✓ «инвентаризация» слабых мест;
- ✓ список признаков.

Выработка новых идей требует создания благоприятной экономической среды для проявления инициативы, что обеспечивается, как правило, участием в будущей прибыли от реализации нового проекта, продукции. Основные этапы разработки нового товара и их краткая характеристика представлены на рис. 3 [1].

Важным этапом разработки новой продукции является планирование *бренда* – выработка мероприятий по целенаправленному воздействию на контактные аудитории (потребителей, партнеров, конкурентов) для формирования нового образа товара, фирмы. В основе бренда лежат отличительные характеристики товара (качество, ассортимент, улучшенные свойства, дизайн и т. п.), выбор фирменного стиля и товарного знака, грамотно спланированные рекламные кампании.

На этапе проведения пробных продаж нового товара проводится оценка конкурентоспособности продукции, что является важным фактором при формировании и корректировании маркетинговой стратегии. Для оценки уровня конкурентоспособности товара необходимо сопоставить его характеристики с показателями товара-эталона (аналога), который получил признание в данном сегменте рынка.

Оценка конкурентоспособности включает следующие этапы:

- ✓ проверка соответствия установленным нормативам по безопасности товара (пожароопасность, токсичность и т. п.);
- ✓ сопоставление технических характеристик, которые поддаются измерению физическим способом (функциональные, технологические, конструктивные и временные характеристики);
- ✓ проведение экспертной оценки внешнего вида товара, фирменного стиля, т. е. неосязаемых параметров;
- ✓ оценка экономических параметров (затраты, прибыль, цена);



- ✓ присвоение каждой характеристике ранга значимости;
- ✓ расчет итогового показателя уровня конкурентоспособности (в баллах) осуществляется путем суммирования соотношений показателей изучаемого товара и его аналога.



Рис. 3. Процесс разработки нового товара

Товарная политика будет эффективной только в том случае, если на стадии формирования производственной программы будут учтены все реалии рынка и оценены тенденции его изменения.

### 4.3. Сбытовая политика: цели, структура и содержание

На основе маркетинговой стратегии формируется сбытовая политика организации. Основой сбытовой политики является планирование товародвижения.

*Товародвижение* в общем смысле представляет собой физическое перемещение и передачу собственности на товар от производителя к потребителю. Товародвижение осуществляется через каналы распределения, представляющие собой субъекты рынка (юридические и физические лица), участвующие в передвижении и обмене товаров.

Исходя из выполняемых функций, товародвижение можно разделить на два направления: сбыт товаров и логистика (рис. 4) [1].

Таким образом, *сбытовая политика* предусматривает оценку эффективности и выбор оптимальных каналов распределения продукции, формирование работы с посредниками и договорных отношений.

По своей структуре каналы распределения подразделяются на три вида:

- ✓ прямой канал распределения представляет собой реализацию товара производителем непосредственно потребителю;
- ✓ косвенный канал – это реализация товара через посредника или нескольких посредников;
- ✓ смешанный канал содержит элементы прямого и косвенного каналов распределения.

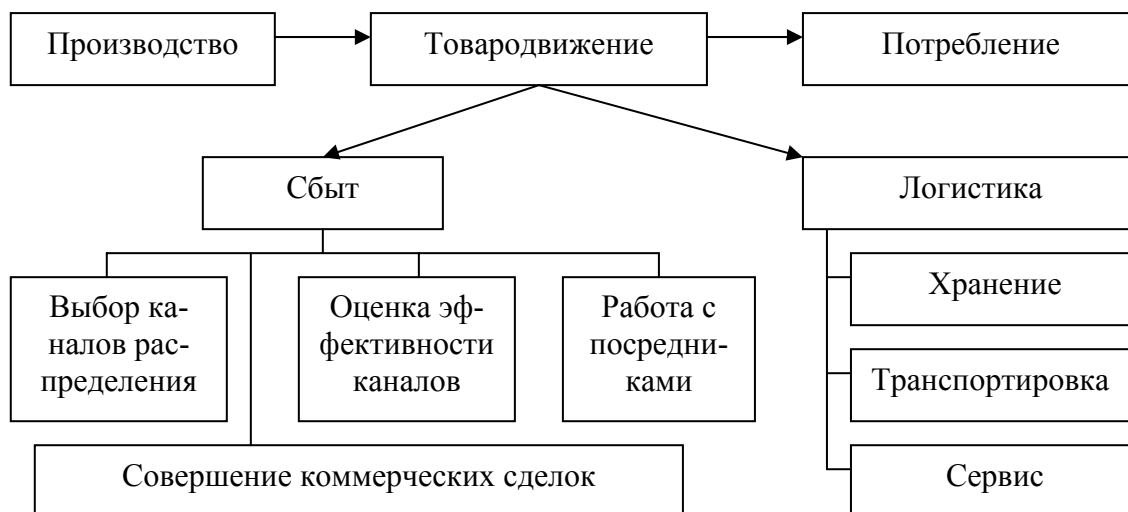


Рис. 4. Схема организации товародвижения

Реализация по прямому каналу используется в основном для продажи товаров производственно-технического назначения, требующего монтажа и обслуживания силами производителя или товаров, изготовленных на заказ.

Системы сбыта продукции с привлечением независимых от производителя посредников (торговых организаций), участвующих в товародвижении, называются *традиционными (горизонтальными) каналами распределения*. Различные уровни данных каналов определяются количеством посредников (рис. 5).

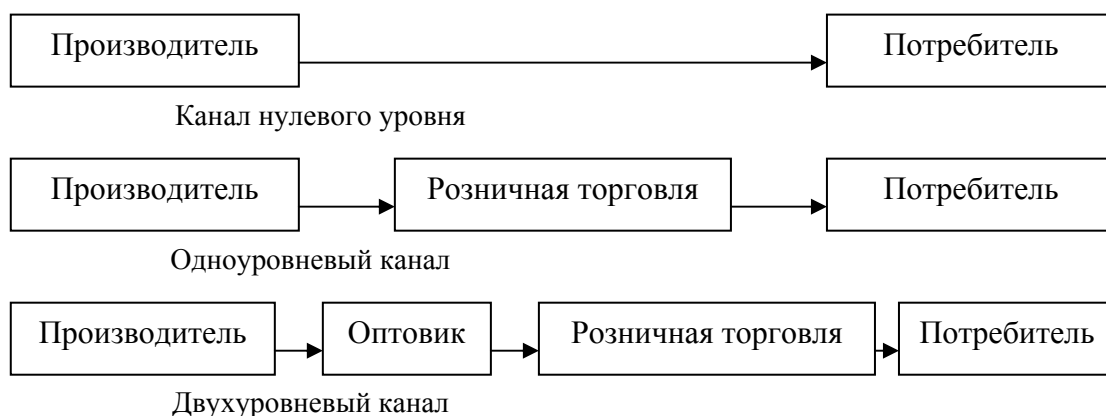


Рис. 5. Традиционные (горизонтальные) каналы распределения товаров

Каждый из участников цепи горизонтальных каналов является самостоятельным субъектом предпринимательской деятельности, который может осуществлять реализацию продукции различных производителей, формировать собственную ценовую стратегию. Поэтому анализ канала распределения является в этом случае важной функцией маркетинговой службы, а при ее отсутствии службы сбыта.

Анализ каналов распределения предполагает наряду с анализом посредников проведение анализа таких факторов, как изменение технологии товародвижения, появление новых участников канала, изменение взаимоотношений внутри канала, изменение в направлениях деятельности участников канала распределения.

В целях повышения эффективности канала распространения продукции, формирования прямой (производитель – потребитель) и обратной связи (потребитель – производитель), сокращения рисков от

непредсказуемости действий посредников, установления контроля над каналом формируют *вертикальные каналы распределения* (вертикальные маркетингово-сбытовые системы), в которых управляющим звеном является один из участников цепи, зависимый от производителя; это позволяет работать всем участникам в рамках единого корпоративного интереса (рис. 6). Для этого либо создается собственная сбытовая сеть, либо применяются такие виды договоров, которые позволяют в определенной степени осуществлять контроль над каналом.

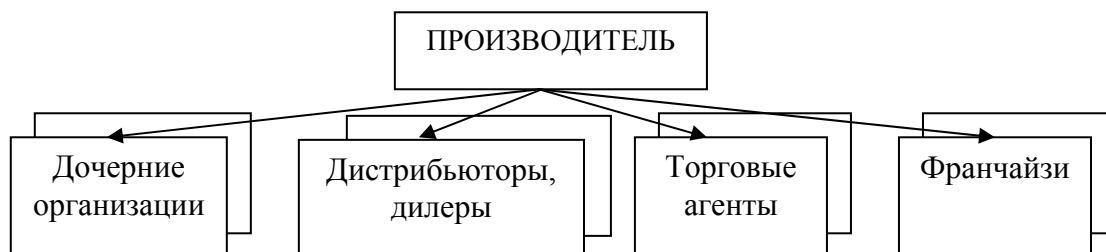


Рис. 6. Вертикальные каналы сбыта продукции

*Смешанные каналы распределения* представляют собой комбинацию традиционного и вертикального канала.

Выбор схемы распределения определяется различными факторами: конъюнктурой рынка, сферой деятельности, региональными факторами, сегментом рынка, объемами инвестиций, продаж и т. д.

В зависимости от количества посредников и формы отношений с ними распределение подразделяют на три вида:

- ✓ *интенсивное распределение* используется, как правило, при реализации часто приобретаемых потребительских товаров, например, через розничные торговые предприятия. В данном случае достаточно сложно осуществлять контроль над каналом распределения;

- ✓ *избирательное распределение* предполагает ограниченное число посредников, которые заинтересованы в длительном сотрудничестве с производителем. При избирательном распределении возможности контроля над каналом увеличиваются;

- ✓ *эксклюзивное распределение* осуществляется через ограниченное число посредников, с предоставлением исключительных прав на продажу товаров производителя на определенной территории. При эксклюзивном распределении существует достаточно жесткий контроль над каналом. Качество, образ товара, защита прав владельца товарного знака являются важными условиями дистрибьюторских со-

глашений. В данном случае выбор посредника (дистрибьютора) становится важным элементом сбытовой политики.

В сбытовой деятельности современных предприятий могут возникать такие проблемы как рост давления со стороны посредников посредством их объединения и работы с конкурентами, отсутствие у производителя обратной связи с рынком при наличии независимого посредника, конкуренция между производителями, возможный непрофессионализм участников канала, внутренние конфликты между службой маркетинга и службой сбыта. Все это может снижать потенциальные продажи и должно предусматривать определенное решение в рамках системы мер по реализации сбытовой стратегии и политики.

*Технология создания постоянного контингента клиентов.* Ради привлечения постоянных клиентов предприниматели идут на дополнительные расходы, устраивая специальные мероприятия: выделяют время для специального обслуживания известных артистов, политиков и бизнесменов с привлечением популярных музыкальных групп, устройством художественных выставок, салонов, распродаж.

Распространенным инструментом при работе с постоянными покупателями являются *дисконтные карты* (в том числе *клубные карты*, специальные карточки «*Почетный гость*»), устанавливающие дифференцированные скидки для различных клиентов.

Самые технологичные программы лояльности предполагают использование смарт-карт. *Магнитная смарт-карта* может служить не только платежным средством, но и носителем информации о покупках клиента. При каждом пополнении карты ее владелец в зависимости от внесенной суммы получает некоторое количество призовых очков, которые пересчитываются в скидку. Карту разрешено передавать другому лицу, что упрощает возможность ее использования.

Существенным преимуществом пластиковых карт является возможность компьютеризированного учета всех покупок. Компания может отслеживать предпочтения своих постоянных клиентов: какой товар пользуется большей популярностью, на какую сумму в среднем делаются покупки, как часто и в какое время посещаются магазины.

Наряду с накопительными скидками владельцам карт предоставляют различные премии за количество посещений, за покупки в «счастливые часы». Программы дополняют и традиционными способами премирования постоянных клиентов – *лотереями, конкурсами на лучшего клиента месяца* и т. д. Эти программы являются эффективными способами привлечения клиентов и увеличения прибыли [1].

#### 4.4. Коммуникационная политика: цели, структура и содержание

Продолжением производства товаров является их продвижение, что составляет основу коммуникационной политики предприятия. *Коммуникационная политика* – это определенная форма связи с потребителями и другими контактными аудиториями с целью их информирования об организации, производимых ею товарах и формировании положительного мнения о фирме.

*Цель коммуникационной политики* – стимулировать покупательский интерес и спрос на товары посредством реализации мероприятий по продвижению продукции и формированию положительного имиджа фирмы на рынке.

**Имидж** – это образ, включающий в себя набор определенных характеристик и представлений, которые формируют целостное положительное восприятие фирмы и производимых ею товаров у различных групп аудитории. Имидж можно разделить на две составляющие: имидж фирмы и имидж каждого конкретного товара.

*Имидж фирмы* – это своего рода концепция построения отношений с аудиторией, главной целью которой является формирование положительного образа фирмы и позитивной оценки методов ее работы на рынке со стороны партнеров, инвесторов, государства, потребителей и других контактных групп. Построение отличительного имиджа организации является частью общей политики бренда.

*Формирование и утверждение положительного имиджа организации* включает такие инструменты, как паблик рилейшнз (связи с общественностью), корпоративная реклама, конференции, выставки.

*Имидж товара* – это восприятие покупателями и другими контактными аудиториями образа, фирменного стиля, наименования и потребительской ценности товара, формируемые на основе целенаправленных воздействий современными средствами и методами продвижения продукции (реклама, коммуникации).

Необходимость в создании определенного образа имиджа товара объясняется появлением большого многообразия однородной продукции, из которой необходимо выделить конкретную товарную группу и создать предпочтения к ней у потребителей. Фактически в современном мире конкурентная борьба стала перемещаться из сферы производства в сферу имиджа. Имидж стал ассоциироваться с качеством товаров и услуг, известным брендом или торговой маркой.

Имидж направлен на эмоциональное восприятие, на обращение к бессознательному в поведении покупателей.

*Стимулирование спроса на товары и формирование покупательского интереса (имидж товара)* включает такие инструменты, как паблисити, реклама товаров и услуг, ярмарки, прямой маркетинг (личные продажи), телемаркетинг и директ-маркетинг.

*Паблик рилейшнз* (связи с общественностью) – формирование общественного мнения о фирме и повышение ее репутации на рынке посредством целенаправленной информационной работы.

*Цель* паблик рилейшнз – установление двухстороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания сторон, основанного на правдивой и полной информации о целях и результатах деятельности организации.

Построение хороших отношений с общественностью предполагает реализацию следующих действий:

1) мероприятий по улучшению взаимопонимания между всеми контактными аудиториями организации (акционеры, работники, клиенты, покупатели, конкуренты, чиновники т. д.);

2) рекомендаций по созданию общественного лица организации;

3) мероприятий, направленных на выявление и ликвидацию слухов или других источников непонимания;

4) мероприятий, ориентированных на расширение сферы влияния организации средствами соответствующей пропаганды, рекламы, выставок, видео- и кинопоказов.

Методами паблик-рилейшнз являются подготовка пресс-релизов (информационных сообщений), проведение пресс-конференций и приемов, передача информации по радио, телевизору, телефону, компьютеру, проведение теле- и интернет-конференций, проведение публичных выступлений менеджеров, постоянная работа со СМИ.

*Паблисити* – это стимулирование спроса на товар путем публикации важных новостей в прессе или подачи сообщений на телевидение или радио.

*Реклама* – оплачиваемая деятельность, форма неличностного представления и продвижения идей, товарной марки, товаров и услуг.

В зависимости от поставленных задач могут быть использованы различные рекламные средства: реклама на телевидении, на радио, в Интернете, СМИ, наружная реклама. Основным документом, регламентирующим рекламную деятельность, является закон Республики Беларусь «О рекламе и рекламной деятельности».

В международных отношениях принято поддерживать высокие этические стандарты маркетинга, на соблюдение которых направлен Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты. К основным правилам в кодексе отнесены пристойность, честность, достоверность, добросовестная конкуренция и недопустимость введения потребителей в заблуждение, недопустимость прямой или косвенной клеветы на другую фирму, использования образа или ссылки на любых лиц без предварительного согласования с ними, недопустимость использования чужого наименования, товарного знака, престижа другой фирмы и элементов других реклам, легкая распознаваемость рекламы, недопустимость без объяснимых причин содержания изображений или описаний опасных ситуаций. Рекламодатель обязан нести ответственность за содержание и форму рекламы.

*Конференция* – это собрание заинтересованных лиц для обсуждения какого-либо вопроса и публичного выражения своего мнения с целью достижения доверия аудитории.

*Выставка* – это показ с целью просвещения аудитории путем демонстрации реальных возможностей фирмы по производству товаров, их качеству и ассортименту, уровню обслуживания покупателей и других отличительных особенностей организации.

*Ярмарка* – это показ образцов и заключение торговых сделок в определенное время и в определенном месте. Выставки и ярмарки предоставляют также возможность сотрудникам организации самостоятельно увидеть реакцию покупателей на свою продукцию, изучить их проблемы и жалобы, поучаствовать в процессе продажи.

*Персональные (личные) продажи* – это продажа товара непосредственно потребителю через собственных торговых агентов. Личные контакты дают возможность рекламировать достоинства товара и оказывают наиболее сильное воздействие на решение о покупке, повышают доверие и формируют устойчивые связи с потребителями.

*Телемаркетинг* – это поддержание связи с заказчиками посредством телефона или компьютерной программы.

*Директ-маркетинг* – это способ продвижения товара, имеющий целью создание и поддержание постоянных контактов между продавцом и потребителем (прямая рассылка, рекламные объявления с отрезными купонами для ответа, приложения к газетам, рекламные телепередачи с возможностью прямой связи и т. п.) [4, 10].

Успех в маркетинговых коммуникациях опирается на применение новых нестандартных технологий продвижения товара [7, 15].



## 5. ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 5.1. Понятие сделки и ее виды. Коммерческое представительство

В условиях рыночной экономики деятельность предпринимательских организаций осуществляется посредством совершения коммерческих сделок, заключения с хозяйствующими партнерами договоров и их исполнения. Основные правила совершения сделок, общие положения об обязательствах и договорах определяются Гражданским кодексом Республики Беларусь, а также другими нормативно-правовыми документами.

*Сделка* – это действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей, в том числе обязательств, возникающих из договоров и иных сделок. *Обязательство* – правоотношение, в силу которого одно лицо (должник) обязано совершить в пользу другого лица (кредитора) определенное действие (передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и т. п.) либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности по сделке.

Сделка – это правомерное волевое действие, в котором отражается постановка цели сделки и способа ее достижения. Она может быть совершена через представителей сторон или единого коммерческого представителя. Сделка признается действительной при соблюдении ряда условий: заключена дееспособными гражданами, совершена на основе сознательного волеизъявления сторон и правомерным способом, отвечает уставной деятельности юридических лиц.

Сделка называется *консенсуальной*, если для признания ее состоявшейся достаточно лишь достижения соглашения между участниками. Если же, кроме волеизъявления, необходимо совершение определенного действия (передача денег), сделка называется *реальной*.

Сделка может быть *возмездной*, когда имущественному предоставлению одной стороны соответствует встречное удовлетворение другой стороны, и *безвозмездной*, когда встречного обязательства не возникает (дарение).

Сделка, по которой уплата известной премии дает право купить или продать ценные бумаги или товары по установленной цене в лю-

бой день в течение определенного периода времени либо вообще отказать от сделки без возмещения убытков, называется *опционом*. Опцион с правом купить является сделкой с предварительной премией (опцион «колл»), а с правом продать – сделкой с обратной премией.

Различают следующие виды сделок-опционов:

✓ *опцион американский* – разновидность опциона, дающая право реализации товара в любой момент до истечения срока опциона;

✓ *опцион европейский* – разновидность опциона, дающая право реализации только в момент истечения срока опциона;

✓ *фьючерсный опцион* – вид биржевой сделки, при которой товар приобретает с целью последующей перепродажи на бирже в интересах получения прибыли.

Сделка купли-продажи наличного товара на условиях немедленной передачи его покупателю носит название *спот*. Торговля биржевым товаром на основе таких сделок, как правило, осуществляется на соответствующих спот-рынках.

Сделки подразделяются на *односторонние* (достаточно волеизъявления одной стороны) и *двух- или многосторонние* (необходимо, чтобы волю выразили два или более лица и воля их совпала).

В коммерческой деятельности получили широкое распространение односторонние сделки. Так, сам договор возникает в результате осуществления взаимосвязанных односторонних сделок: предложения заключить договор (оферты) и принятия предложения (акцепта).

Сделки могут быть *условными*, исполнение которых ставится в зависимость от наступления или ненаступления определенных обстоятельств. Различают сделки с *отменительным условием*, когда прекращение прав и обязанностей ставится в зависимость от обстоятельства, по которому неизвестно, наступит оно или не наступит (собственник здания заключает договор аренды с условием, что он действует до момента выдачи самому собственнику лицензии на открытие производства), и с *отлагательным условием*, когда стороны поставили возникновение прав и обязанностей в зависимость от обстоятельства, относительно которого неизвестно, наступит оно или нет.

Условная сделка определенным образом связывает стороны: они не должны недобросовестно воспрепятствовать наступлению условия.

Сделки совершаются в *устной* или *письменной* форме (простой или нотариальной). Сделка, для которой законом или соглашением сторон не установлена письменная форма, может быть совершена устно. Сделка в письменной форме должна быть совершена путем со-

ставления документа, выражающего ее содержание и подписанного лицом или лицами, совершающими сделку, или должным образом уполномоченными ими лицами.

Письменная форма является обязательной для сделок юридических лиц между собой и с гражданами, а также для сделок между гражданами, превышающих установленную в Гражданском кодексе сумму (2000 базовых величин). Нотариальное удостоверение сделок обязательно в случаях, указанных законодательством (сделки с недвижимостью, купля-продажа автотранспорта и др.), а также предусмотренных соглашением сторон.

Сделки с землей и другим недвижимым имуществом в соответствии с законом о регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ними подлежат государственной регистрации (БТИ, исполкомы). Обязательна регистрация права собственности, права хозяйственного ведения, права оперативного управления, права пожизненного наследуемого имущества (например, владение и пользование земельным участком), права постоянного пользования недвижимостью, а также иных прав в случаях, предусмотренных законодательством. Несоблюдение нотариальной формы и требований о государственной регистрации сделки влечет ее недействительность.

Сделка, не способная породить желаемые сторонами последствия, но при определенных условиях порождающая нежелательные последствия, признается *недействительной*. Недействительная сделка может быть признана абсолютно недействительной (*ничтожной*) или относительно недействительной (*оспоримой*).

Ничтожными признаются:

- ✓ сделки, не соответствующие требованиям закона или иных правовых актов Республики Беларусь;
- ✓ сделки, в которых имеет место нарушение их формы, а также требований о государственной регистрации;
- ✓ сделки с ценными бумагами, в которых отсутствуют обязательные реквизиты или не соблюдена установленная для них форма;
- ✓ сделки, заведомо направленные на нарушение основ правопорядка или нравственности;
- ✓ мнимые сделки, совершенные лишь для вида, без намерения создать соответствующие ей правовые последствия;
- ✓ притворные сделки, осуществляемые для прикрытия других (как правило, незаконных) сделок;

К оспоримым относятся:

- ✓ сделки юридического лица, выходящие за пределы его правоспособности;
- ✓ сделки, заключенные без учета существующих ограничений полномочий лица;
- ✓ сделки, совершенные дееспособными гражданами, находившимися в момент совершения сделки в таком состоянии, когда они не были способны понимать значение своих действий, т. е. в состоянии алкогольного или наркотического опьянения или болезни;
- ✓ сделки, совершенные под влиянием заблуждения относительно природы сделки либо таких качеств ее предмета, которые значительно снижают возможность его использования по назначению;
- ✓ сделки, совершенные под влиянием обмана, насилия, угрозы, злонамеренного соглашения представителя одной из сторон;
- ✓ кабальные сделки, совершенные на крайне невыгодных условиях, в результате стечения тяжелых, вынужденных обстоятельств.

Последствия недействительных сделок:

- ✓ *двусторонняя реституция* – каждая из сторон передает другой стороне все полученное по сделке, а в случае невозможности возвратить полученное в натуре возмещает его стоимость в деньгах;
- ✓ *односторонняя реституция* – только одна из сторон сделки имеет право на возврат того, что она передала другой стороне;
- ✓ *никакой реституции* – все, что получено сторонами по сделке и все причитающееся, но не полученное, взыскивается в доход государства (не соответствует закону).

**Представительство.** Сделка может быть совершена уполномоченным на ее совершение представителем от имени другого лица (представляемого). В роли представителя должно выступать юридическое лицо или дееспособный гражданин. Основаниями для полномочий представителя служат доверенность, закон, акт уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления.

*Доверенностью* признается письменное уполномочие, выдаваемое одним лицом другому лицу для представительства перед третьими лицами. Письменное уполномочие на совершение сделки может быть передано представляемым непосредственно соответствующему третьему лицу. Доверенность на совершение сделок, требующих нотариальной формы, должна быть нотариально удостоверена.

Объем прав при представлении интересов другого лица определяется полученными представителем полномочиями, указанными в доверенности. При отсутствии полномочий совершенная представи-

телем сделки для представляемого является незаключенной. Особенность правового положения представителя состоит в том, что он действует от имени представляемого и в его интересе.

*Коммерческий представитель* – это предприниматель, который постоянно и самостоятельно совершает от имени других предпринимателей сделки, связанные с предпринимательской деятельностью. Он вправе представлять как одну сторону в сделке (традиционное представительство), так и обе стороны (продавца и покупателя, подрядчика и заказчика, арендодателя и арендатора и т. п.). В последнем случае требуется согласие на одновременное коммерческое представительство, т. е. выдача доверенности или заключение договора с обеими сторонами. Коммерческий представитель обязан сохранять в тайне ставшие ему известными сведения о торговых сделках и после исполнения данного ему поручения.

Договоры на коммерческое представительство являются возмездными. Представитель вправе требовать уплаты обусловленного вознаграждения и возмещения понесенных им издержек при выполнении поручения. В случае если в сделке одновременно представляются обе стороны, то выплата вознаграждения и компенсация издержек представителя осуществляется сторонами в равных долях.

Институт коммерческого представительства дает предпринимательским организациям такие преимущества, как экономия на инвестиционных затратах по созданию собственных филиалов, возможность построения финансовых отношений по принципу самокупаемости, отсутствие трудовых правоотношений с представителем, одновременное представление разных сторон в сделке [8].

## **5.2. Сущность, виды и порядок заключения договоров**

В процессе совершения сделок и осуществления фактической предпринимательской деятельности субъекты хозяйствования заключают между собой определенные соглашения, называемые договором, используемые для придания их действиям юридической силы.

*Договор* – это соглашение двух или более сторон, направленное на установление, изменение и прекращение гражданских прав и обязанностей, в том числе в области коммерческих отношений. Договор – это двух- или многосторонняя сделка, заключенная в устной или простой письменной форме.

Договор должен соответствовать требованиям, установленным нормами Гражданского кодекса Республики Беларусь и другими нормативными документами. Основным из этих требований является соблюдение принципа «свободы договора». Это означает, что субъекты хозяйствования, в пределах действующих правовых норм, свободны в заключении договора и выборе своих контрагентов, определении его условий, их изменении и расторжении договора по соглашению сторон без его надлежащего исполнения.

Функции договора в предпринимательской деятельности сводятся к следующим:

- ✓ выражению общей воли товаропроизводителя и потребителя, которая обуславливает правильный учет спроса и предложения и служит гарантией сбыта продукции;
- ✓ закреплению отношений на основе принципа взаимной заинтересованности сторон;
- ✓ приданию отношениям формы обязательств и определению порядка и способа их выполнения;
- ✓ защите законных интересов участников договорных отношений в случае неисполнения обязательств их контрагентами.

Гражданско-правовой договор признается предпринимательским в том случае, когда используется субъектом предпринимательства в процессе осуществления деятельности, направленной на систематическое получение прибыли. Все гражданско-правовые договоры подразделяются на четыре группы: о передаче (продаже) имущества, о выполнении работ, об оказании услуг, о совместной деятельности.

**Структура договора** включает описание следующих шести основных групп условий.

1. *Вводная часть* – номер, дата подписания, наименование сторон, указание лица, подписавшего договор, и основание, по которому он действует (устав, доверенность, свидетельство).

2. *Предмет договора* – описывается содержание, номенклатура, ассортимент и условия, на которых предмет договора (товар, имущество) передается в собственность другого лица как объект коммерческой сделки.

3. *Права и обязанности сторон*: права и обязанности первой стороны по договору передать, поставить товар, выполнить работу или оказать услугу, а второй стороны осуществить оплату (товара, работы, услуги) по согласованной цене договора, выполнить сроки и соблюсти порядок исполнения обязательств.

4. *Ответственность сторон* при неисполнении обязательств (штрафы, неустойки);

5. *Прочие условия*: срок действия договора, форс-мажорные обстоятельства, условия расторжения договора, условия о конфиденциальности, разрешении споров, количество экземпляров и место хранения договоров;

6. *Реквизиты сторон* – юридический адрес регистрации, фактический адрес нахождения, банковские реквизиты, подписи сторон.

*Сторонами договора* могут являться все право- и дееспособные субъекты (юридические и физические лица), вступившие в конкретное хозяйственное правоотношение. Договор считается заключенным, если сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора: предмет договора, указанные в законодательстве условия для договора данного вида, а также условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Выделяют следующие основные **виды договоров**.

1. *Договор купли-продажи* – это соглашение, в соответствии с которым одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену). В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь к отдельным видам договора купли-продажи относятся договора розничной купли-продажи, поставки товаров, поставки товаров для государственных нужд, энергоснабжения, продажи недвижимости, продажи предприятия (имущественного комплекса).

2. *Договор розничной купли-продажи* – это договор, в соответствии с которым продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Договор считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

3. *Договор поставки* – является разновидностью договора купли-продажи и предусматривает обязательство поставщика-продавца, осуществляющего предпринимательскую деятельность, передавать в определенный срок производимые или закупаемые им товары покупателю для использования их в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным

подобным использованием. Договор поставки заключается в письменной форме.

4. *Договор мены* – предусматривает передачу одной стороной в собственность другой стороне один товар в обмен на другой. К данному договору применяются правила договора о купле-продаже. Каждая из сторон договора мены является одновременно и продавцом и покупателем товара, который она обязуется принять в обмен. В настоящее время в нашей стране бартерные операции запрещены.

5. *Договор подряда* – соглашение между сторонами, по которому одна сторона (подрядчик) обязуется выполнить по заданию другой стороны (заказчика) определенную работу и сдать ее результат заказчику, а заказчик обязуется принять результат работы и оплатить его. Гражданским кодексом Республики Беларусь устанавливаются следующие виды договоров подряда: бытовой подряд, строительный, подряд на выполнение проектных и изыскательских работ, подрядные работы для государственных нужд. Особенностью договора подряда является цена работы, которая определяется путем составления подрядчиком сметы и ее утверждения заказчиком, а также возможность исполнения обязательств другими лицами – субподрядчиками.

6. *Договор аренды (имущественного найма)* – это договор, в соответствии с которым арендодатель (наймодатель) обязуется предоставить арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование. В соответствии с законодательством к группе договоров о передаче имущества (аренды) относят: общие положения об аренде, прокат, аренду транспортных средств (с экипажем и без него), аренду зданий и сооружений, аренду предприятия, финансовую аренду (лизинг).

Специальные требования к передаче во временное владение и пользование земельных участков установлены нормами Кодекса о земле, а участков лесного фонда – Лесным кодексом Республики Беларусь, регламентирующими перечень объектов, которые могут быть предметом договора аренды, заключаемого исключительно между государственными субъектами.

7. *Договор финансовой аренды (лизинга)* – соглашение, в соответствии с которым арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца и предоставить арендатору это имущество за плату во временное владение и пользование для осуществления предпринимательской деятельности.



8. *Договор займа* – договор, согласно которому одна сторона (заимодавец) передает в собственность другой стороне (заемщику) деньги или другие вещи, определенные родовыми признаками, а заемщик обязуется возвратить займодавцу такую же сумму денег (сумму займа) или равное количество полученных им вещей того же рода и качества. Договор займа считается заключенным с момента передачи денег или других вещей и может подтверждаться распиской заемщика. Он может предусматривать выплату займодавцу процентов или быть без выплаты.

9. *Кредитный договор* – соглашение, в соответствии с которым банк или небанковская кредитно-финансовая организация (кредитодатель) обязуются предоставить денежные средства (кредит) другому лицу (кредитополучателю) в размере и на условиях, определенных договором, а кредитополучатель обязуется возвратить (погасить) кредит и уплатить проценты за пользование им.

10. *Договор поручения* – это договор, согласно которому одна сторона (поверенный) обязуется совершить от имени и за счет другой стороны (доверителя) определенные юридические действия (заключение договора о купле-продаже товара, ценных бумаг и т. п.). Поверенный действует от имени доверителя и вознаграждение не имеет обязательного характера.

11. *Договор комиссии* – это договор, в соответствии с которым одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента. В отличие от договора поручения – комиссионер действует от своего имени и за вознаграждение.

Предложение заключить договор называется офертой, а лицо, его направившее, оферентом. Принятие предложения называется акцептом, а лицо, принявшее предложение, акцептантом.

*Оферта* – адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, достаточно определенно выражающее намерение направившего его лица заключить договор с адресатом и содержащее все существенные условия договора. От оферты следует отличать предложение делать оферты, которое может быть выражено в виде рекламы и иных предложений, обращенных к неопределенному кругу лиц и не содержащих всех существенных условий договора, а соответственно и не порождающих договорных обязательств.

Оферта может направляться акцептанту в форме письменного предложения посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, элек-

тронной и иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от надлежащей стороны по договору. Офертой может служить разработанный одной из сторон проект договора, а также счет-фактура, направленные акцептанту при помощи телефакса или иным способом.

*Акцепт* – ответ лица, которому адресована оферта, о ее полном и безоговорочном принятии или совершение данным лицом действий, направленных на выполнение условий договора. По форме акцептом может считаться положительный ответ на письмо, факс либо подписанный и скрепленный печатью проект договора. В случае если оферта сделана в виде счет-фактуры, акцептом будет являться платежное поручение акцептанта, подтверждающее перевод денежных средств за товар на расчетный счет оферента.

Договор может быть заключен также *путем проведения торгов* (аукцион или конкурс) с лицом, выигравшим торги. Такой порядок заключения договоров наиболее часто применяется в процессе приватизации государственного имущества либо осуществления закупок товаров за счет средств республиканского бюджета. Основной целью проведения *аукциона* является продажа имущества по наиболее высокой цене, а при закупке товаров для государственных нужд или за счет бюджета по наименьшей цене приемлемого уровня качества. Целью проведения *конкурса* является продажа объекта на наиболее лучших с точки зрения функционирования объекта условиях. Следовательно, в качестве победителя торгов специальная комиссия выбирает лицо, предложившее наивысшую (или наименьшую) цену либо наилучшие условия.

Торги признаются состоявшимися, если в них принимают участие как минимум два лица, что способствует развитию конкуренции и позволяет продать государственное имущество либо произвести закупку товаров, работ, услуг на наиболее выгодных для государства условиях. Торги подразделяются на открытые (участвуют любые лица) и закрытые (специально приглашенные участники). Организатор торгов должен не менее чем за 30 дней сделать объявление о проведении аукциона или конкурса с указанием времени, места, формы торгов, предмета, первоначальной стоимости и порядка их проведения.

При необходимости организатор может отказаться от проведения открытого аукциона не позднее чем за три дня, конкурса – 30 дней до даты их проведения. В случае отказа от проведения закрытых торгов организатор должен возместить ущерб, причиненный участникам.

Перед началом торгов их участники вносят задаток в счет исполнения обязательств по заключенному договору. Лицо, выигравшее торги и уклоняющееся от подписания договора, утрачивает право на возврат внесенного им задатка. При уклонении от подписания договора самого организатора он должен вернуть выигравшему торги лицу сумму задатка в двойном размере, а также возместить дополнительные издержки, превышающие размер задатка. Организатор и победитель торгов в день проведения конкурса или аукциона подписывают протокол о результатах торгов, который имеет силу договора. Если объектом торгов являлось право на заключение договора, такой договор должен быть подписан не позднее 20 дней с момента их проведения. В случае если одна из сторон уклоняется от подписания договора, вторая сторона имеет право обратиться в суд с исковым заявлением о понуждении уклоняющейся стороны к заключению договора [3].

### **5.3. Договор купли-продажи (поставки) и его содержание**

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь по *договору купли-продажи* продавец обязуется передать имущество (вещь, товар) в собственность, хозяйственное ведение или оперативное управление покупателю, который должен принять это имущество и уплатить за него определенную цену. Как уже отмечалось, договор купли-продажи подразделяется на следующие основные виды: собственно договор купли-продажи имущества, договор розничной купли-продажи, договор поставки и договор продажи предприятия.

**Договор купли-продажи имущества** в предпринимательской деятельности используется в ограниченных случаях. Как правило, его применяют предприниматели для осуществления реализации имущества, приобретенного для собственных нужд, а не для перепродажи (например, сырье, материалы, транспортные средства, оборудование, офисная техника и т. п.). Достаточно широко этот вид договора используется физическими лицами для разовой реализации принадлежащего им имущества.

Правовая природа договора купли-продажи в равной мере распространяется на все виды договоров купли-продажи с некоторыми дополнениями, свойственными отдельным видам обязательств. Так, договор купли-продажи является *консенсуальным* – считается заключенным с момента достижения в требуемой правовыми нормами фор-

ме соглашения сторонами договора по всем его существенным условиям, *взаимным* – субъективные права и обязанности возникают у обеих сторон договора, *возмездным* – по данному договору одна из сторон передает имущество второй стороне на эквивалентной основе – за плату. В качестве эквивалента за переданный покупателю товар покупатель обязан передать продавцу денежную сумму, что исключает натуральную оплату товара, т. е. оплату посредством передачи иного имущества, выполнения работ или оказания услуг.

*Предметом* договора купли-продажи может являться любое имущество, находящееся у продавца на праве собственности, либо имущественные права, позволяющие продавцу распоряжаться данным имуществом указанным способом. Договор может быть заключен на куплю-продажу имущества, имеющегося в наличии у продавца в момент продажи, а также имущества, которое будет создано или приобретено продавцом в будущем.

Единственным *существенным условием* анализируемого договора является условие о предмете договора, которое считается согласованным, если в договоре четко указано наименование и количество реализуемого имущества. В договоре купли-продажи цена реализуемого имущества устанавливается соглашением продавца и покупателя, т. е. является свободной. Указание в договоре цены отчуждаемого имущества целесообразно, так как предупреждает возникновение споров при исполнении договора, но не обязательно (продажа не связана с непосредственной предпринимательской деятельностью). Поэтому, условие о цене товара не является существенным условием договора. В соответствии с указом Президента Республики Беларусь № 117, ранее приобретенный товар по договорам купли-продажи для собственного производства и потребления предприниматель имеет право реализовывать третьим лицам по цене, не превышающей 5 % цены его приобретения. Цена имущества предприятия, как правило, определяется его балансовой или остаточной стоимостью. При этом нормы указа № 117 не запрещают реализовывать приобретенный товар, в том числе и основные средства, по более низкой цене в сравнении с ценой его покупки. Цена в договоре купли-продажи указывается в виде определенной денежной суммы за единицу имущества или за единицу веса (нетто) в белорусских рублях.

Продавец обязан передать покупателю имущество вместе с принадлежностями и необходимыми документами, в соответствующих комплектности, количестве и ассортименте, уровня качества, указан-

ным в договоре и свободным от прав третьих лиц. В случае нарушения этого обязательства со стороны продавца, покупатель вправе отказать от приобретения товара либо потребовать компенсации.

Срок исполнения договора купли-продажи также не является его существенным условием и определяется по соглашению сторон. Если в договоре срок исполнения обязательств не определен, они должны быть выполнены в разумный срок либо в семидневный срок с момента предъявления кредитором письменного требования об исполнении обязательства по договору.

**Договор розничной купли-продажи** предусматривает продажу предпринимательской организацией товаров в розницу покупателю (физическому или юридическому лицу), который использует данный товар для собственных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью. Особенностью данного договора является то, что в качестве продавца выступает исключительно коммерческая организация или индивидуальный предприниматель, которые получили специальное разрешение (лицензию) на право осуществления розничной торговли определенными видами потребительских товаров.

*Существенными условиями* договора розничной купли-продажи являются сведения о предмете договора (любой товар или вещи, не изъятые из гражданского оборота) и цене товара, объявленной продавцом в момент заключения сделки. Договор может быть заключен только в отношении того товара, который находится в распоряжении продавца, за исключением случаев осуществления розничной торговли по образцам, выставленным в торговом зале либо представленным в каталоге. В соответствии с нормами Гражданского кодекса Республики Беларусь покупатель может в течение 14 дней с момента покупки товара его обменять на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, если он не был в употреблении и имеются доказательства его приобретения у продавца.

Договор розничной купли-продажи может быть заключен с физическими лицами в устной форме, а с юридическими лицами – в простой письменной форме. При этом перед заключением договора покупатель имеет право осмотреть товар, потребовать проведения в своем присутствии проверки качества товара или демонстрации его работы. По законодательству договор розничной купли-продажи считается надлежаще выполненным с момента выдачи продавцом документа (кассового или товарного чека), подтверждающего оплату товара.

По **договору поставки** поставщик-продавец осуществляет в определенный срок и на определенных условиях реализацию производимых или закупаемых им товаров покупателю, который использует данные товары в собственной предпринимательской деятельности. В качестве продавцов и покупателей по данному виду договора могут выступать исключительно юридические лица и индивидуальные предприниматели, т. е. обе стороны являются субъектами предпринимательских отношений. В сущности, договор поставки предполагает оптовую торговлю товарами, при осуществлении которой получение лицензии не требуется. Договор заключается в письменной форме.

*Существенными условиями* договора поставки являются сведения о предмете договора, цене товара и сроках исполнения обязательства по договору. Предметом договора поставки могут выступать любые вещи, за исключением имущественных комплексов, а также зданий, сооружений, иного недвижимого имущества, ценных бумаг, валюты, энергетических ресурсов. Гражданский кодекс Республики Беларусь предусматривает два варианта заключения данного договора: договор разовой поставки товара и договор периодических поставок отдельных партий товаров в течение срока его действия. В последнем случае должен быть определен график поставки. Поставщик-продавец имеет право заключать договор не только на товар, имеющийся у него в наличии, но и на товар, который он планирует произвести (приобрести) для целей заключаемого договора поставки. Одной из особенностей указанного договора является определение условий поставки товара, которые влияют на формирование цены (франко-склад продавца, франко-станция отправления, франко-станция назначения, франко-склад покупателя).

Товар, передаваемый по договору поставки, должен соответствовать стандартным для договоров купли-продажи требованиям к качеству, количеству, комплектности и ассортименту, а также требованиям к таре или упаковке товара, обеспечивающей его сохранность при транспортировке.

По **договору купли-продажи предприятия** продавец обязуется передать в собственность покупателя предприятие в целом как имущественный комплекс, за исключением прав и обязанностей, которые продавец не вправе передавать другим лицам (например, лицензии). Права на фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и другие средства индивидуализации продавца и его товаров, ра-

бот или услуг, а также права использования таких средств переходят к покупателю, если иное не предусмотрено договором.

Обязательным приложением к договору продажи предприятия являются следующие документы: акт инвентаризации, бухгалтерский баланс, заключение независимого аудитора о составе и стоимости предприятия, перечень всех долгов (обязательств), включаемых в состав предприятия, с указанием кредиторов, характера, размера и сроков их требований. Отсутствие какого-либо из вышеназванных документов расценивается как несоблюдение установленной формы договора и влечет его недействительность.

Одной из характерных особенностей договора продажи предприятия, выделяющей его в самостоятельный вид договора продажи недвижимости, является то, что продажа предприятия может сопровождаться уступкой прав требований продавца покупателю либо переводом на него долгов, что требует согласия кредиторов. Обязанностью сторон по договору продажи предприятия является письменное уведомление кредиторов по обязательствам, включенным в состав предприятия, до момента его передачи покупателю. По долгам предприятия, которые были переданы покупателю без согласия кредиторов, продавец и покупатель после продажи предприятия несут солидарную ответственность. Право собственности на предприятие переходит к покупателю с момента его государственной регистрации [3].

#### **5.4. Внешнеторговый договор. Пакет документов внешнеэкономической поставки товаров**

*Внешнеторговый договор* (контракт) – это вид хозяйственной сделки, т. е. соглашение экономических агентов, направленное на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей при осуществлении торговых (экспортных, импортных, реэкспортных) операций резидентов Республики Беларусь с нерезидентами.

Внешнеторговый контракт является разновидностью договора поставки товаров и имеет схожую структуру. Он содержит вводную часть, реквизиты сторон (юридический и фактический адреса местоположения фирм, банковские счета) и следующие основные условия:

- ✓ предмет поставки (наименование и количество товара);
- ✓ способы определения качества и количества товара;
- ✓ базисные условия поставки;

- ✓ цена товара и общая стоимость поставки;
- ✓ условия и валюта платежа;
- ✓ порядок сдачи/приемки товара;
- ✓ условия перевозки;
- ✓ условия о гарантиях и санкциях;
- ✓ порядок разрешения споров;
- ✓ условия освобождения от ответственности (форс-мажор).

В контракт могут быть также внесены положения, общие для обязательств продавца и покупателя: порядок исчисления убытков и их возмещение при возможном нарушении обязательств одной из сторон, санкции при просрочке платежа, транспортный и валютный риски, право на приостановление исполнения обязательств, страхование товара, порядок расторжения договора.

В практике международной торговли широко применяются типовые формы контракта, которые разрабатываются крупными экспортерами и импортерами или их ассоциациями.

Международная торговая палата издала сборник международных правил по толкованию торговых терминов – «ИНКОТЕРМС – 2000» (International Commercial Terms – INCOTERMS), целью которых является разъяснение наиболее часто используемых базисных условий поставки во внешней торговле.

*Базисные условия поставки* определяют обязанности сторон договора купли-продажи, связанные с доставкой товара от продавца к покупателю, и устанавливают момент перехода права собственности на товар и риска случайной гибели или порчи товара от продавца к покупателю. Базисные условия создают основу (базис) цены в зависимости от того, включаются ли расходы по доставке товара, страхованию груза, таможенной очистке и другие в цену товара или нет.

*Таможенная очистка* – комплекс процедур по таможенному оформлению импорта товаров, предусматривающих уплату пошлин, налогов и сборов при ввозе товаров в страну.

В международной практике внешней торговли применяются следующие основные группы базисных условий:

- ✓ группа *E* (*EXW* – франко-завод) – термины, определяющие ситуацию, когда продавец передает товары покупателю непосредственно в своих помещениях (все транспортные и иные расходы после таможенного оформления товара несет покупатель-импортер);



✓ группа *F* (*FCA, FAS, FOB*) – ситуация, когда продавец обязуется доставить груз перевозчику, выбранному покупателем (основной вид транспортировки продавцом не оплачивается);

✓ группа *C* (*CFR, CIF, CPT, CIP*) – ситуация, когда продавец обязуется заключить договор перевозки, но без принятия на себя риска случайной гибели или повреждения товара или каких-либо дополнительных расходов после погрузки товара (основной вид транспортировки продавцом не оплачивается);

✓ группа *D* (*DAF, DES, DEG, DDU, DDP*) – термины, определяющие условия следования груза вплоть до его доставки в страну назначения (транспортные расходы и риски берет на себя продавец).

При заключении внешнеторгового договора купли-продажи товара необходимо достичь соглашения по всем существенным условиям: предмет договора, качество товара, цена товара и общая сумма контракта, сроки поставки, способ платежа, форма оплаты [8].

**Пакет документов** по внешнеторговым операциям включает собственно *внешнеторговый контракт* или заверенную его копию (паспорт сделки для многоразовых контрактов), таможенную декларацию, *CMR*, *Tir-carnet*, коносамент.

*Таможенная декларация* – документ, определяющий следование экспортного груза под таможенным контролем по территории Республики Беларусь до пункта таможенного осмотра на границе. В таможенной декларации указывается наименование и количество товара, количество мест и упаковка, вес нетто/брутто, таможенная стоимость в разрезе таможенного кода группы товаров, отправитель и получатель, данные о перевозчике и другие сведения, подписи и печати отправителя и таможенного органа, номер таможенной пломбы. На границе таможенная декларация изымается у перевозчика работником таможенных органов и далее груз следует по *CMR*.

*CMR* – международная товарно-транспортная накладная, предоставляемая белорусским перевозчиком или отправителем груза, в которой указываются название и адреса отправителя (продавца) и получателя, наименование товара, его количество, стоимость, вид упаковки и количество мест, таможенные коды, номер контейнера или транспортного средства, осуществляющего перевозку груза, данные о транспортной компании, месте погрузки и разгрузки груза (контейнера), подписи и печати отправителя и таможенного органа, осуществляющего таможенное оформление товара.

Tir-carnet – временное разрешение, выдаваемое автотранспортному перевозчику на осуществление разовой международной перевозки груза под таможенным контролем до указанного места разгрузки товара (контейнера). В Tir-carnet, кроме сведений о перевозчике, отправителе и получателе, указывается общее содержание находящегося в транспортном средстве (контейнере) таможенного груза, отгруженного несколькими отправителями, пункт таможенного перехода на границе Республики Беларусь, место (порт) выгрузки товара (контейнера).

*Коносамент (bill of lading)* – документ, выдаваемый перевозчиком грузовладельцу в удостоверение факта принятия груза к морской перевозке и подтверждение обязательства передать его грузополучателю в порту назначения. В коносаменте также указываются название и местоположение отправителя и грузополучателя, содержание груза (наименование, количество продукции и упаковочных мест, вес), название судна, порт отправления и порт назначения, печати и подписи транспортно-экспедиционной компании (судовладельца).

Коносамент выполняет три основные функции:

- ✓ расписки в получении груза судном;
- ✓ товаросопроводительного документа в международной торговле;
- ✓ доказательства наличия и содержания договора о перевозке.

В международной практике коносамент является одним из видов ценных бумаг, выполняющих функции платежного документа. Он может быть заложен в банке при получении ссуды, продан другому покупателю до момента прихода судна в порт назначения, что представляет возможность владельцу не замораживать свои оборотные средства в товарах. Тем более что доставка товара судном в другие государства может составить по продолжительности 1–2 мес.

## 6. ПРИВАТИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

### 6.1. Понятие, цели и значение приватизации

В результате перехода к рыночным отношениям возникла необходимость создать экономическую структуру, способную быстро реагировать на изменения, происходящие в конкурентной экономической среде. Многие государственные предприятия, оказались не способными своевременно адаптировать свою деятельность к быстро меняющимся потребностям рынка. С появлением предприятий частного сектора уровень конкуренции существенно усилился. В результате предприятия с участием государственной формы собственности существенно уменьшили свою долю на рынке, что определило убыточность производства некоторых из них и требовало реструктуризации и приватизации. В 2003 г. количество убыточных предприятий в промышленности достигло 35 %, значительную часть которых составляли госпредприятия.

*Цель приватизации* состоит в передаче части государственных предприятий в частные руки, тем самым это освобождает государство от финансового бремени перед государственными предприятиями, что будет способствовать повышению эффективности производства и заинтересованности частного собственника в результатах своего труда.

Правовые основы приватизации государственного имущества в Республике Беларусь определены законом Республики Беларусь от 19 января 1993 г. «О разгосударствлении и приватизации государственной собственности в Республике Беларусь».

Под *разгосударствлением* понимается передача от государства физическим и юридическим лицам частично либо полностью (в том числе посредством приватизации) функций непосредственного управления хозяйствующими субъектами. В настоящее время понятие разгосударствление утратило свое значение в связи с внесением изменений и дополнений в новый Гражданский кодекс Республики Беларусь.

Под *приватизацией* понимается приобретение физическими и юридическими лицами права собственности на объекты, принадлежащие государству. В результате приватизации государство полностью или частично утрачивает права владения, пользования и распоряжения государственной собственностью, а государственные органы утрачивают права непосредственного управления этим имуществом.

В основе приватизации государственной собственности заложены следующие *принципы* ее проведения в Республике Беларусь:

- ✓ возмездный и безвозмездный способы приватизации;
- ✓ право каждого гражданина Республики Беларусь на часть безвозмездно передаваемой государственной собственности;
- ✓ дифференциация методов, форм и процедур приватизации;
- ✓ разграничение компетенции органов государственного управления различных уровней по осуществлению приватизации;
- ✓ предоставление определенных социальных гарантий членам трудовых коллективов приватизируемых предприятий;
- ✓ государственный контроль за осуществлением приватизации;
- ✓ обеспечение широкой гласности процесса приватизации;
- ✓ постепенность, поэтапность и законность [14].

Процесс разгосударствления и приватизации государственной собственности происходил на основе ряда программ, принятых в 1993–2006 гг., в целях повышения эффективности использования государственного имущества, сохранения стабильности в обществе, обеспечения единой государственной политики по управлению государственным имуществом.

## **6.2. Субъекты и объекты приватизации**

*Под субъектами приватизации* следует понимать специально созданные государственные органы управления, в компетенцию которых входят вопросы проведения процессов приватизации государственной собственности (продавцы), а также покупатели государственного (республиканского и коммунального) имущества.

Государственным органом, осуществляющим государственное регулирование приватизации государственной собственности, является соответствующий республиканский орган государственного управления (фонд государственного имущества Министерства экономики Республики Беларусь) и иные государственные организации, подчиненные правительству Республики Беларусь, а также областные (Минский городской) исполнительные комитеты – по объектам, находящимся в республиканской собственности; соответствующие местные исполнительные и распорядительные органы – по объектам, находящимся в коммунальной собственности. В настоящее время в связи с принятием указа Президента Республики Беларусь от 5 мая

2006 г. № 289 «О структуре Правительства Республики Беларусь» государственным органом, осуществляющим регулирование государственной собственности, будет являться Государственный комитет по имуществу, образованный путем присоединения фонда государственного имущества Министерства экономики к Комитету по земельным ресурсам, геодезии и картографии при Совете Министров Республики Беларусь [14].

В соответствии с законодательством органы приватизации осуществляют следующие функции:

- ✓ руководство процессами приватизации;
- ✓ создание комиссий по приватизации;
- ✓ принятие решений о приватизации;
- ✓ преобразование организационно-правовых форм государственных предприятий, подлежащих приватизации;
- ✓ владения и распоряжения принадлежащими государству акциями акционерных обществ и долями в уставных фондах иных субъектов хозяйствования, а также контроль за ними;
- ✓ принятие решения при преобразовании государственных и арендных предприятий в открытые акционерные общества о закреплении пакетов акций в собственности государства в случаях, предусмотренных законодательством Республики Беларусь;
- ✓ выступают учредителями акционерных и других хозяйственных обществ;
- ✓ обменивают принадлежащие государству акции акционерных обществ на акции юридических лиц других государств и предприятий негосударственных форм собственности;
- ✓ организуют и проводят конкурсы и аукционы по продаже объектов государственной собственности;
- ✓ создают (ликвидируют) в своем составе соответствующие фонды для осуществления функций владения и распоряжения государственным имуществом;
- ✓ осуществляют другие необходимые функции.

Продавцом государственного имущества выступают специализированные учреждения и назначенные ими представители.

*Покупателями* государственного имущества выступают:

- ✓ граждане Республики Беларусь и Российской Федерации;
- ✓ негосударственные юридические лица (юридические лица, у которых доля государственной собственности в уставном фонде составляет менее 50 %);

- ✓ юридические лица Республики Беларусь, созданные не менее чем 50 % членом коллективов приватизируемых предприятий;
- ✓ иностранные инвесторы;
- ✓ лица без гражданства.

*Объекты приватизации* – это то государственное имущество, которое может быть приватизировано в соответствии с законодательством о приватизации. В зависимости от материального наполнения *объекты* подразделяются на государственное и общественное жилье, государственные предприятия, учреждения, организации, структурные единицы объединений и структурные подразделения предприятий, государственное имущество, сданное в аренду, доли (паи, акции), принадлежащие Республике Беларусь и административно-территориальным единицам в имуществе субъектов хозяйствования.

Объекты государственной собственности, планируемые к приватизации, включаются в перечень приватизируемых объектов по инициативе органов приватизации, а также трудовых коллективов, физических и юридических лиц. Такой перечень объектов утверждается постановлением Совета Министров Республики Беларусь.

Разногласия между коллективами работников предприятий, находящихся в республиканской собственности, или субъектами приватизации и республиканскими органами государственного управления по вопросам целесообразности разгосударствления и приватизации конкретных объектов принимаются:

- ✓ по предприятиям с численностью работающих свыше 4 тыс. чел. – Президентом Республики Беларусь;
- ✓ по предприятиям с численностью работающих от 2 до 4 тыс. чел. – Советом Министров Республики Беларусь;
- ✓ по предприятиям с численностью работающих до 2 тыс. чел. – Министерством экономики Республики Беларусь [3].

### **6.3. Формы и способы разгосударствления и приватизации государственного имущества**

На основании принципов, перечисленных в Законе о приватизации, можно выделить *формы* осуществления приватизации, на которых базируется сам процесс приватизации, – это *возмездная* и *безвозмездная* передача государственной собственности покупателям.

Целью безвозмездной приватизации является передача государственной собственности на основе социального равенства в процессе ее осуществления на этапе перехода к рыночной экономике только гражданам Республики Беларусь. Порядок распределения безвозмездно передаваемого государственного имущества определяется Президентом Республики Беларусь. Безвозмездно передаваемая каждому гражданину часть государственной собственности определяется двумя квотами: жилищной квотой и квотой на имущество (чеки «Жилье» и «Имущество»). Возмездная приватизация происходит на основе внесения денежных платежей в белорусских рублях. Орган приватизации свободен в выборе способа приватизации и условий продажи объекта.

Закон о приватизации устанавливает следующие способы приватизации объектов государственной собственности:

- ✓ продажа объектов государственной собственности *на аукционе и по конкурсу*;
- ✓ *продажа акций*, принадлежащих государству, в том числе на льготных условиях;
- ✓ *выкуп арендованного имущества* арендным предприятием.

Продажей объекта государственной собственности на аукционе является его приобретение физическим или юридическим лицом в собственность на открытых торгах (аукцион без условий, аукцион с условиями). При продаже объекта государственной собственности *на аукционе с условиями* от покупателя требуется выполнение каких-либо из следующих условий: сохранение назначения или профиля объекта приватизации, сохранение или создание рабочих мест, выполнение инвестиционных программ, сохранение исторического характера объекта приватизации, являющегося историко-культурной ценностью. Победителем аукциона признается участник, предложивший в ходе торгов максимальную цену.

Продажей объекта государственной собственности *по конкурсу* является его приобретение физическим или юридическим лицом в собственность, когда от покупателя требуется выполнение определенных условий, устанавливаемых органом приватизации. Победителем конкурса признается участник, предложение которого наилучшим образом соответствует установленному критерию, а при равных условиях – предложивший наивысшую цену.

Продажа принадлежащих государству *акций открытых акционерных обществ*, созданных в процессе разгосударствления и приватизации государственной собственности, осуществляется в порядке и

на условиях, установленных законодательством Республики Беларусь. В соответствии с декретом Президента Республики Беларусь от 20 марта 1998 г. № 3 «О разгосударствлении и приватизации государственной собственности в Республике Беларусь» акции открытых акционерных обществ, созданных в процессе разгосударствления и приватизации, передаются гражданам Республики Беларусь за денежные средства на льготных условиях (по цене на 20 % ниже номинальной стоимости) и в обмен на именные приватизационные чеки «Имущество». Покупка акций открытых акционерных обществ в процессе приватизации осуществляется на основе норм Инструкции о проведении аукционов по продаже принадлежащих Республике Беларусь акций, утвержденной постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 27 июня 2005 г. № 116 [14].

Разгосударствление в процессе приватизации осуществляется путем преобразования государственного предприятия в открытое акционерное общество или внесения государственного имущества, сданного в аренду, в уставный фонд открытого акционерного общества, создаваемого на базе арендного предприятия.

*Выкуп арендованного имущества* арендным предприятием происходит согласно соответствующему Положению, а также договору аренды, составленному по форме договора купли-продажи имущества предприятия.

#### **6.4. Порядок приватизации объектов государственной собственности**

Проведение приватизации государственного имущества условно можно подразделить на несколько этапов.

1. *Предложение о приватизации объекта государственной собственности.* Предложение может исходить от правительства Республики Беларусь, республиканского органа по управлению государственным имуществом и приватизации, местных исполнительных и распорядительных органов, трудовых коллективов и иных субъектов приватизации. Форму предложения на разгосударствление и приватизацию, перечень документов и порядок их представления определяет республиканский орган государственного управления по управлению государственным имуществом и приватизации.



Предложение трудового коллектива о создании открытого акционерного общества в процессе приватизации государственной собственности подается на основе решения высшего органа самоуправления трудового коллектива (общего собрания или конференции) лицами, уполномоченными на то этим решением.

В предложении по приватизации объекта указывается: наименование предприятия, сроки приватизации, предварительная оценка стоимости имущества, источники средств для выкупа имущества, направления использования объекта после его приватизации.

*2. Принятие решения о приватизации.* Предложение о приватизации объекта государственной собственности рассматривается соответствующим органом приватизации в месячный срок со дня его поступления и в недельный срок после его принятия в письменной форме сообщается субъекту, подавшему предложение на разгосударствление и приватизацию. Решение содержит согласие, сроки и условия проведения приватизации или мотивированный отказ.

*3. Создание комиссии по приватизации объекта.* При положительном решении о приватизации соответствующий орган приватизации создает комиссию по приватизации. Комиссия создается в отношении объектов республиканской собственности Министерством экономики Республики Беларусь или по его поручению территориальными органами, а также в отношении объектов коммунальной собственности – органами приватизации местных исполнительных и распорядительных органов управления.

С момента создания комиссия имеет право отменять любые решения органов управления приватизируемого объекта, влекущие изменения состава и оценку его имущества. Предписания комиссии обязательны для выполнения органами управления объекта. Спорные вопросы, вытекающие из этих действий, разрешаются в суде. Председателем комиссии назначается представитель органов приватизации. Комиссия вправе привлекать к деятельности специалистов, экспертов и других лиц.

На основании заключения комиссии соответствующий орган приватизации принимает решение об оценочной стоимости приватизируемого объекта, об окончательных сроках и условиях его продажи, осуществляет публикацию информации об объекте в республиканском или местном периодическом печатном издании и направляет принятые решения комиссии для проведения дальнейшей работы.

4. *Приватизация объекта в соответствии с утвержденным планом.* На основании заключения комиссии орган приватизации публикует информационное сообщение о приватизации не позднее чем за один месяц до продажи объекта приватизации в республиканском или местном периодическом печатном издании. Информационное сообщение должно содержать полную и достоверную информацию об объекте, подлежащем продаже.

Лица, желающие приобрести приватизируемые объекты, должны подать заявление в соответствующий орган приватизации в указанные в информационном сообщении сроки. Лица, не подавшие своевременно заявление, к приватизации объекта не допускаются.

5. *Оформление сделки по приватизации.* Сделка по приобретению объекта приватизации считается совершенной с момента заключения субъектом приватизации с соответствующим органом приватизации договора купли-продажи объекта приватизации государственной собственности. Объекты социальной инфраструктуры, находящиеся на балансе приватизируемого предприятия, передаются новому собственнику на основе договора безвозмездного пользования имуществом без права распоряжения.

При среднесписочной численности работающих на объекте приватизации не более 1000 человек, договор купли-продажи с субъектом приватизации заключает территориальный орган приватизации по месту нахождения объекта. При численности работающих свыше 1000 человек договор купли-продажи с субъектом приватизации заключает Министерство экономики Республики Беларусь. В договоре приватизации определяются: порядок и сроки передачи объекта, форма и сроки платежа, взаимные обязательства сторон по дальнейшему использованию объекта, другие условия, устанавливаемые по соглашению сторон [3, 14].

Оплата объекта приватизации может производиться одновременно или в рассрочку платежей с учетом инфляции. Конкретный способ оплаты определяется в договоре, заключаемом между государственным органом приватизации и новым собственником. Для оплаты объекта приватизации наряду с денежными средствами могут использоваться именные приватизационные чеки.

Договор после его подписания в течение 10 дней должен быть зарегистрирован в соответствующем органе приватизации. Права владения и пользования переходят к новому собственнику после регистрации договора, а право распоряжения – после выдачи свидетельства.

## 7. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ И РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

### 7.1. Товарные биржи: сущность, организация деятельности и регулирование

Правовое регулирование деятельности товарных бирж осуществляется Гражданским кодексом Республики Беларусь и законом Республики Беларусь от 13 марта 1992 г. «О товарных биржах».

В соответствии с законодательством под *товарной биржей* понимается добровольное объединение юридических и (или) физических лиц для гласных публичных торгов товарами в определенном месте, в определенное время и по заранее установленным правилам. Товарная биржа является юридическим лицом, осуществляющим свою деятельность, включая внешнеэкономическую, на основе хозяйственной самостоятельности в соответствии с уставом и законодательством Республики Беларусь.

Основными *задачами и функциями* товарной биржи являются:

- ✓ создание условий для проведения биржевых торгов;
- ✓ регистрация биржевых сделок;
- ✓ выявление спроса и предложения товаров;
- ✓ котировка и ее публикация;
- ✓ изучение факторов, влияющих на динамику биржевых цен;
- ✓ формирование биржевой инфраструктуры.

Основная цель деятельности биржи заключается в организации и регулировании биржевой торговли. Под *регулированием деятельности* биржи понимается создание и поддержание на бирже обстановки, исключающей воздействие случайных причин, влияющих на ценообразование, искусственное завышение или занижение цен с помощью сговора или распространения ложных слухов.

Квалифицирующим признаком биржи является гласность и публичность проводимых торгов, которые дают ей возможность не только отражать действительно объективные затраты денежных средств и труда на производимый товар, но и выполнять функцию котировки цен.

Предметами биржевых сделок являются партии товаров, реализуемых оптом. В качестве таковых не могут быть объекты недвижимости, интеллектуальной собственности, авторские права, произведе-

ния искусства. Обычно биржевым товаром является сырье или сельскохозяйственная продукция, или другие товары.

Товарная биржа не вправе осуществлять деятельность, непосредственно не связанную с организацией и проведением биржевой торговли. Соответственно *биржа* – это организация, создаваемая специально и исключительно для того, чтобы быть местом сосредоточения оптовых сделок, которые бы отражали объективную цену биржевого товара на основе спроса и предложений.

По законодательству товарная биржа может создаваться в любой организационно-правовой форме, предусмотренной Гражданским кодексом Республики Беларусь. Однако обычно биржа создается в форме акционерного общества открытого или закрытого типа.

Биржа действует на основании *устава*. Устав товарной биржи наряду с требованиями, которые содержатся в уставе юридического лица, должен определять: размер уставного фонда биржи, порядок принятия правил биржевой торговли, порядок приема в члены биржи, приостановления, прекращения членства на бирже, их права и обязанности, имущественную ответственность по обязательствам биржи, порядок образования арбитражной комиссии.

*Высшим руководящим органом биржи*, осуществляющим ее хозяйственную компетенцию, является собрание членов биржи. Членство на бирже формируется за счет участия в формировании уставного капитала или внесения членских взносов в имущество биржи. Членство подтверждается свидетельством, выдаваемым биржей.

Внутренним документом биржи, принимаемым членами биржи, являются правила биржевой торговли, которые содержат: перечень видов биржевых сделок, порядок проведения торгов, порядок заключения, регистрации и оформления биржевых сделок, регламент работы биржи, порядок участия в биржевых торгах членов биржи и посетителей торгов, санкции за нарушение правил биржевой торговли и другие положения.

Учредителями товарной биржи могут являться юридические и (или) физические лица. Суммарная доля иностранных учредителей биржи не должна превышать 25 % уставного капитала. Органы государственной власти и управления, прокуратуры и суда, их должностные лица и специалисты, а также органы общественных объединений, преследующие политические цели, не могут быть как членами биржи, так и учредителями. В соответствии с декретом президента Республики Беларусь от 14 июля 2003 г. № 17 «О лицензировании отдельных

видов деятельности» деятельность товарных бирж осуществляется на основе лицензии, выданной уполномоченным на то государственным органом. Особенность создания биржи состоит в том, что доля каждого учредителя и членов биржи, не может превышать 10 % уставного капитала биржи.

Особенностью правового положения биржи является то, что в собственно биржевой торговле биржа не участвует, сделок не заключает, участниками биржевых сделок являются члены биржи и посетители биржевых торгов. Биржа только организует и регулирует биржевую торговлю.

*Члены биржи* – это юридические или физические лица, которые участвовали в формировании ее уставного капитала или приобрели право участия в торгах путем внесения членских взносов. Членство на бирже формируется в соответствии с учредительными документами. Члены биржи имеют *право* участвовать в управлении биржей в порядке, определяемом уставом биржи, участвовать в биржевых собраниях и заключать на них биржевые сделки.

Члены биржи *обязаны* выполнять требования устава биржи, осуществлять сделки и расчеты по ним в соответствии с правилами биржевой торговли, не разглашать коммерческую тайну биржи.

В деятельности товарной биржи также могут принимать участие посетители торгов. *Посетители торгов* – это физические и юридические лица, не являющиеся членами биржи или их представителями, допущенные самостоятельно совершать разовые биржевые сделки. Посетители биржи могут быть постоянными и разовыми.

Биржевая деятельность представляет собой совокупность осуществляемых биржевых сделок. *Биржевая сделка* – это сделка, заключенная на биржевом собрании участниками торгов от своего имени или по поручению третьих лиц. Под *биржевым товаром* понимается не изъятое из оборота заменимое имущество и имущественные права, допущенные биржей к биржевой торговле.

Биржевые сделки совершаются в ходе биржевых торгов через биржевых посредников – биржевых брокеров и биржевых дилеров.

Биржевые сделки не могут осуществляться от имени и за счет биржи, так как биржа не является участником правоотношений, следовательно, не несет ответственности за неисполнение обязательств по сделкам. Биржа является лишь местом заключения сделки, исполнение же по ней происходит вне биржи.

*Предметом биржевой сделки* является заключение договора (приобретение контракта) на поставку имущества, допущенного биржей к биржевой торговле, а также права на его куплю или продажу. Биржевые сделки могут производиться как с имеющимся в наличии товаром, так и с товаром, который будет произведен в будущем.

Биржевые сделки можно классифицировать по различным основаниям, и в зависимости от вида биржевого товара можно выделить следующие их виды:

✓ *форвардные сделки* – не имеют цели непосредственного перехода товара от продавца к покупателю, а предполагают взаимную передачу прав и обязанностей в отношении реального товара с отсрочкой срока поставки товара;

✓ *фьючерсные сделки* – связанные со взаимной передачей прав и обязанностей в отношении стандартных контрактов на поставку биржевого товара;

✓ *опционные сделки* – в их основе лежит уступка прав на будущую передачу прав и обязанностей в отношении биржевого товара или контракта на поставку биржевого товара;

✓ другие сделки [3, 14].

## **7.2. Общая характеристика рынка ценных бумаг. Деятельность фондовой биржи**

В коммерческой деятельности для предприятия первостепенное значение имеют *инвестиционные ценные бумаги*, являющиеся объектом вложения капитала. Гражданский кодекс Республики Беларусь дает юридическое определение *ценной бумаги* как документа установленной формы и реквизитов, удостоверяющего имущественные права, осуществление или передача которых возможна только при его предъявлении.

По экономическому содержанию *ценная бумага* – это особая форма существования капитала, отличная от его товарной, производительной и денежной форм, которая может передаваться, обращаться на рынке как товар и приносить доход.

**Классификация ценных бумаг.** Существующие в современной мировой практике ценные бумаги делятся на два больших класса:

✓ основные ценные бумаги;

✓ производные ценные бумаги (деривативы).

*Основные ценные бумаги* – это ценные бумаги, в основе которых лежат имущественные права на какой-либо актив, обычно на товар, деньги, капитал, имущество, различного рода ресурсы и др.

Основные ценные бумаги, в свою очередь, можно разбить на два подкласса: первичные и вторичные ценные бумаги.

*Первичные ценные бумаги* основаны на активах, в число которых не входят сами ценные бумаги. Это, например, *акции, облигации, векселя, закладные* и др.

*Вторичные ценные бумаги* – это ценные бумаги, выпускаемые на основе первичных ценных бумаг; это ценные бумаги на сами ценные бумаги: *варранты на ценные бумаги, депозитарные расписки* и др. Эти ценные бумаги распространены только в зарубежной практике.

*Производная ценная бумага* – это бездокументарная (электронная) форма выражения имущественного права (обязательства), возникающего в связи с изменением цены лежащего в основе данной ценной бумаги биржевого актива. Можно сказать, что производная ценная бумага – это ценная бумага на какой-либо ценовой актив: на *цены товаров* (обычно биржевых товаров: зерна, мяса, нефти, золота и т. п.); на *цены основных ценных бумаг* (обычно на индексы акций, на облигации); на *цены кредитного рынка* (процентные ставки); на *цены валютного рынка* (валютные курсы) и т. п.

К производным ценным бумагам относятся *фьючерсные контракты* (товарные, валютные, процентные, индексные и др.) и *свободнообращающиеся опционы*.

Выделяются следующие основные виды ценных бумаг:

✓ *акция* – эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации;

✓ *облигация* – эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее держателя на получение от эмитента облигации в предусмотренный ею срок ее номинальной стоимости и зафиксированного в ней процента от этой стоимости или иного имущественного эквивалента;

✓ *банковский сертификат* – свободно обращающееся свидетельство о депозитном (сберегательном) вкладе в банк с обязательством последнего выплаты этого вклада и процентов по нему через установленный срок;

✓ *вексель* – письменное денежное обязательство должника о возврате долга, форма и обращение которого регулируются специаль-

ным законодательством – вексельным правом;

✓ *чек* – письменное поручение чекодателя банку уплатить чекополучателю указанную в нем сумму денег;

✓ *коносамент* – документ (контракт) стандартной (международной) формы на перевозку груза, удостоверяющий его погрузку, перевозку и право на получение;

✓ *варрант* – а) ценная бумага, дающая его владельцу преимущественное право на покупку акций или облигаций какой-то компании в течение определенного срока времени по установленной цене; б) складское свидетельство, подтверждающее право собственности на товар, находящийся на складе;

✓ *депозитарная расписка* – именная ценная бумага, свидетельствующая о владении долей в портфеле акций какой-либо иностранной компании, акции которой не могут по каким-то причинам обращаться на фондовом рынке. Выпускается в форме сертификата на акции иностранного эмитента депозитарным банком мирового значения;

✓ *опцион* – договор, в соответствии с которым одна из сторон имеет право, но не обязательство, в течение определенного срока продать (купить) у другой стороны соответствующий актив по цене, установленной при заключении договора, с уплатой за это право определенной суммы денег, называемой *премией*;

✓ *фьючерсный контракт* – стандартный биржевой договор купли-продажи биржевого актива через определенный срок в будущем по цене, установленной в момент заключения сделки.

С позиций коммерческой деятельности предприятий все ценные бумаги могут быть разделены на две группы:

✓ *инвестиционные* – ценные бумаги, являющиеся объектом вложения капитала (акции, облигации, сберегательные сертификаты, варранты, фьючерсные контракты, опционы);

✓ *неинвестиционные* – ценные бумаги, которые обслуживают денежные расчеты на товарных или других рынках (векселя, чеки, коносаменты, складские свидетельства).

Если ценные бумаги выпускаются на ограниченный срок с последующим возвратом вложенных денежных сумм, то они являются долговыми бумагами. Это – облигации, банковские сертификаты, векселя и др. Владельческие ценные бумаги дают право собственности на соответствующие активы. Это – акции, варранты, коносаменты и др.

Уровень риска ценных бумаг зависит от их доходности и гарантированности: чем выше доходность, тем выше риск. Наименее рис-



ковыми являются государственные облигации в силу их высокой гарантированности. Более рисковыми являются облигации компаний, и еще более рисковыми – акции и деривативы.

Для *регистрации выпуска* эмиссионных ценных бумаг эмитент представляет в регистрирующий орган:

- ✓ заявление на регистрацию;
- ✓ решение о выпуске эмиссионных ценных бумаг;
- ✓ проспект эмиссии (если регистрация выпуска ценных бумаг сопровождается регистрацией проспекта эмиссии);
- ✓ копии учредительных документов (при эмиссии акций для создания акционерного общества);
- ✓ документы, подтверждающие разрешение уполномоченного органа исполнительной власти на осуществление выпуска эмиссионных ценных бумаг (в случаях когда необходимость такого разрешения установлена законодательством).

При регистрации выпуска эмиссионных ценных бумаг присваивается государственный регистрационный номер. Проспект эмиссии должен содержать: *данные об эмитенте, данные о финансовом положении эмитента, сведения о предстоящем выпуске ценных бумаг.*

*Размещение эмиссионных ценных бумаг* разрешается только после регистрации их выпусков в количестве, не превышающем указанного в учредительных документах и проспектах эмиссии.

Эмитент обязан закончить размещение выпускаемых эмиссионных ценных бумаг, как правило, по истечении одного года с даты начала эмиссии.

*Рынок ценных бумаг* – рынок, на котором осуществляется обращение ценных бумаг, их покупка-продажа. К общерыночным функциям рынка ценных бумаг относятся коммерческая, ценовая, информационная и регулирующие функции. Специфическими функциями рынка ценных бумаг являются перераспределительная функция, функция финансирования дефицита государственного бюджета на неинфляционной основе, функция страхования ценовых и финансовых рисков, осуществляемая посредством фьючерсных контрактов и опционов [3, 8, 14].

Рынок ценных бумаг подразделяется на первичный и вторичный. *Первичный рынок* – это приобретение ценных бумаг их первыми владельцами (первая стадия процесса реализации ценной бумаги; первое появление ценной бумаги на рынке, обусловленное определенными правилами и требованиями). *Вторичный рынок* – это обращение

ранее выпущенных ценных бумаг (совокупность всех актов купли-продажи или других форм перехода ценной бумаги от одного владельца к другому в течение всего срока обращения ценной бумаги).

*Организованный рынок* ценных бумаг – это их обращение на основе устойчивых правил между лицензированными профессиональными посредниками-участниками рынка по поручению других участников рынка. *Биржевой рынок* – это торговля ценными бумагами на фондовых биржах. Биржевой рынок – это всегда организованный рынок ценных бумаг.

Участники рынка ценных бумаг – это физические лица или организации, которые продают или покупают ценные бумаги или обслуживают их оборот и расчеты по ним. Существуют следующие основные группы участников рынка ценных бумаг.

1. *Эмитенты* – юридические лица или органы исполнительной власти либо органы местного самоуправления, несущие от своего имени обязательства перед владельцами ценных бумаг по осуществлению прав, закрепленных ими.

2. *Инвесторы* – те, кто покупает ценные бумаги, выпущенные в обращение (коммерческие организации и население, заинтересованные в получении дохода от вложений свободных денежных средств).

3. *Фондовые посредники* – торговцы (брокеры, дилеры, маклеры), обеспечивающие посредничество между эмитентами и инвесторами (продавцами и покупателями) на рынке ценных бумаг.

4. *Организации, обслуживающие рынок ценных бумаг* – фондовая биржа, расчетные центры, депозитарии, регистраторы, информационные агентства.

5. *Государственные органы регулирования и контроля.*

**Деятельность фондовой биржи.** Правовое положение деятельности фондовых бирж определено законом Республики Беларусь от 12 марта 1992 г. «О ценных бумагах и фондовых биржах», Положением о лицензировании профессиональной и биржевой деятельности по ценным бумагам, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 20 октября 2003 г. № 1380 [14].

*Фондовая биржа* – это организация с правом юридического лица, созданная для обеспечения профессиональным участникам рынка ценных бумаг необходимых условий для торговли ценными бумагами, определения их курса (рыночной цены) и его публикации для ознакомления всех заинтересованных лиц, регулирования деятельности участников рынка ценных бумаг.

Биржа, являясь юридическим лицом, создается в форме акционерного общества и действует на основе устава и правил биржевой торговли. Устав биржи и правила биржевой торговли обеспечивают возможность участия на бирже любого профессионального участника рынка ценных бумаг, обеспечивают соблюдение принципов справедливой конкуренции между участниками рынка, защищают интересы инвесторов от возможных манипуляций и недобросовестности со стороны членов и служащих биржи.

Учредителями биржи могут быть юридические и (или) физические лица. Наименование биржи обязательно должно содержать указание на цель деятельности – «фондовая биржа».

Фондовая биржа самостоятельно разрабатывает и утверждает порядок совершения сделок в торговом зале, порядок расчетов и учета по сделкам. Биржа может осуществлять дополнительные услуги, связанные с хранением, учетом и расчетами по ценным бумагам, созданием информационных служб, сетей, изданий и т. п.

Фондовая биржа формулирует и публикует правила допуска и котировки ценных бумаг на ее торгах.

Под *котировкой* понимается выявление цен на ценные бумаги с учетом спроса и предложений на определенный срок и дату в качестве ориентира для продавцов и покупателей при совершении сделок. На торги могут быть выставлены ценные бумаги только тех эмитентов, которые в установленном законодательством порядке опубликовали годовой баланс.

Институт членства на фондовой бирже формируется уставом и правилами биржевой торговли. Членами биржи могут быть ее акционеры, являющиеся профессиональными участниками рынка ценных бумаг. *Профессиональные участники рынка ценных бумаг* это юридические лица любой формы собственности, осуществляющие одну или несколько видов деятельности по ценным бумагам и получившие лицензию на профессиональную деятельность по ценным бумагам. Операции на фондовой бирже могут осуществляться только ее членами, которые имеют равные права.

Сделки на бирже осуществляются в соответствии с лицензией, выданной департаментом по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь, в обязанности которого входит, осуществление контроля за деятельностью фондовой биржи.

Все осуществляемые на фондовой бирже *сделки* делятся на два вида: кассовые и срочные. *Кассовые сделки* – расчеты по сделке про-

исходят в 1–3 дня, следовательно, момент заключения сделки не совпадает с моментом ее исполнения. *Срочные сделки* – осуществляется передача покупателю товара, а продавцу денег по истечении определенного срока.

К обращению на фондовой бирже допускаются ценные бумаги, прошедшие процедуру эмиссии и включенные биржей в список ценных бумаг, допущенных к обращению на бирже (прошедшие процедуру листинга).

*Листинг* – внесение акций в список акций, обращающихся на данной бирже; первая котировка акций на бирже. До процедуры листинга эмитентом должен быть выпущен проспект эмиссии.

*Делистинг* – исключение акций из биржевого списка по решению биржи или самой компании.

Деятельность фондовой биржи может быть прекращена в случаях, если общее собрание принимает решение о прекращении деятельности биржи без правопреемника или центральный орган, осуществляющий контроль и надзор за рынком ценных бумаг, отзывает выданную лицензию на деятельность биржи [3, 14].

### **7.3. Валютные биржи: сущность, организация деятельности и регулирование**

В Республике Беларусь на рынке валют действует единственная валютная биржа ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа», находящаяся в ведении Национального банка Республики Беларусь, которая в соответствии с указом Президента Республики Беларусь от 9 апреля 1996 г. № 139 «О преобразовании закрытого акционерного общества “Межбанковская валютная биржа”» получила название Межбанковская валютная биржа [14].

Межбанковская валютная биржа является структурным подразделением Национального банка, находится на самостоятельном балансе и имеет условный номер для межбанковских расчетов.

Биржа осуществляет свою деятельность в условиях хозяйственного расчета и самофинансирования, в своей деятельности подотчетна Национальному банку Республики Беларусь.

Биржу возглавляет директор, назначаемый на должность и освобождаемый от должности советом директоров Национального банка Республики Беларусь. Остальные работники назначаются на долж-

ность и освобождаются от должности директором биржи. Директор биржи на основании доверенности, выданной председателем правления Национального банка Республики Беларусь, самостоятельно осуществляет владение и пользование находящимся на балансе биржи имуществом. Структура аппарата и схема должностных окладов работников биржи утверждаются председателем правления Национального банка Республики Беларусь, штатное расписание – директором биржи с учетом лимитируемой численности, установленной Национальным банком.

Основными *задачами* биржи являются:

- ✓ организация и проведение операций на валютном рынке и установление текущего рыночного курса рубля Республики Беларусь к иностранным валютам;
- ✓ организационное и информационное обеспечение операций на финансовом рынке Республики Беларусь;
- ✓ организация биржевых торгов и осуществление иных операций с финансовыми активами и финансовыми бумагами;
- ✓ разработка типовых контрактов для оформления операций на межгосударственном финансовом рынке;
- ✓ организация и осуществление расчетов в иностранной валюте и белорусских рублях по заключенным сделкам;
- ✓ организация и осуществление депозитарного обслуживания участников финансового рынка;
- ✓ оказание консультационных, информационных и других видов услуг;
- ✓ разработка, внедрение и распространение программных средств и автоматизированных комплексов для осуществления операций и расчетов на межгосударственном валютном и денежном рынках, а также на рынке ценных бумаг и драгметаллов;
- ✓ организация межбанковской телекоммуникационной сети на базе передовых технологий;
- ✓ систематическая подготовка аналитических материалов о состоянии биржевого валютного рынка Республики Беларусь, стран СНГ и дальнего зарубежья;
- ✓ участие в надзоре за выполнением банками функции агентов государственного валютного контроля [3, 14].

Биржа действует на основе Положения о бирже. При ее ликвидации имущество передается Национальному банку Республики Беларусь.

## 8. ЛИКВИДАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 8.1. Общий порядок ликвидации коммерческих организаций

Гражданский кодекс Республики Беларусь предусматривает реорганизацию и ликвидацию коммерческих организаций.

Сущность *реорганизации* коммерческой организации состоит в том, что ее последствием является не прекращение ее деятельности, а общее (генеральное) или частное (сингулярное) правопреемство.

В отличие от реорганизации коммерческой организации ее *ликвидация* влечет прекращение деятельности без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам.

Ликвидация коммерческой организации может быть *добровольной* и *принудительной*. Добровольно ликвидация производится по решению его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на то учредительными документами. Учредители (участники) коммерческой организации при прекращении ее деятельности обязаны провести ликвидацию этой организации в срок, согласованный с регистрирующим органом.

Принудительная ликвидация коммерческой организации допускается по решению суда или иных органов, в том числе регистрирующего органа, в случаях, предусмотренных законодательством. В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь основаниями принудительной ликвидации коммерческой организации по решению суда могут быть: осуществление деятельности без надлежащего разрешения (лицензии), либо деятельности, запрещенной законодательством, либо с иными неоднократными или грубыми нарушениями законодательства, либо при систематическом осуществлении деятельности, противоречащей уставным целям юридического лица; признание судом недействительной регистрации коммерческой организации в связи с допущенными при ее создании нарушениями законодательства; нарушения сроков и порядка формирования минимального размера уставного фонда, предусмотренного в соответствии с законодательством; неосуществления предпринимательской деятельности в течение шести месяцев подряд и ненаправления коммерческой организацией налоговому органу сообщения о причинах неосуществления такой деятельности; препятствования собственником имущества част-

ного унитарного предприятия, местонахождением которого является жилое помещение, проведению соответствующих проверок уполномоченными органами.

Государственными органами, имеющими право предъявлять требования о ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования являются: органы Комитета государственного контроля, прокуратуры, внутренних дел, Комитета государственной безопасности, Министерства по налогам и сборам и иные уполномоченные органы, которые направляют регистрирующему органу представление о ликвидации коммерческой организации.

При ликвидации коммерческой организации по решению учредителей (участников) либо органа этой организации, уполномоченного на то учредительными документами, в регистрирующий орган представляются: *заявление о ликвидации, решение о ликвидации, сведения о составе ликвидационной комиссии (ликвидаторе), сведения о порядке и сроках ликвидации.*

На основании вышеизложенных документов, регистрирующий орган в пятидневный срок представляет Министерству юстиции сведения о том, что коммерческая организация находится в процессе ликвидации, для внесения их в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Осуществление операций по счетам такой коммерческой организации, совершение ею сделок, не связанных с ликвидацией, не допускаются.

Те же субъекты, которые приняли решение о ликвидации коммерческой организации, назначают ликвидационную комиссию (ликвидатора) и устанавливают в соответствии с законодательством порядок и сроки ликвидации. К ликвидационной комиссии переходят правомочия по управлению делами коммерческой организации. Она от имени ликвидируемой коммерческой организации выступает в суде.

В случаях когда при утверждении промежуточного ликвидационного баланса будет установлена недостаточность имущества коммерческой организации для удовлетворения требований его кредиторов, ликвидация коммерческой организации должна проводиться по правилам законодательства о банкротстве.

Имущество ликвидированной коммерческой организации, оставшееся после удовлетворения требований кредиторов, передается его учредителям (участникам), имеющим вещные права на это имущество или обязательственные права в отношении данного юридического лица.

Ликвидационная комиссия (ликвидатор) представляет в регистрирующий орган в срок, установленный этим органом для ликвидации коммерческой организации:

- ✓ копию публикации в газете «Рэспубліка»;
- ✓ документ, подтверждающий возврат печати и штампов организации в органы внутренних дел;
- ✓ документ, подтверждающий закрытие расчетного (текущего) и иных счетов в банках;
- ✓ отчет ликвидационной комиссии (ликвидатора);
- ✓ ликвидационный баланс, подписанный членами ликвидационной комиссии (ликвидатором) и утвержденный собственниками имущества (учредителями, участниками);
- ✓ подлинник свидетельства о государственной регистрации коммерческой организации или при его отсутствии документ уполномоченного государственного органа, удостоверяющий факт утраты (уничтожения) этого подлинника;
- ✓ справку налогового органа о расчетах с бюджетом и возврате извещения о присвоении учетного номера налогоплательщика;
- ✓ справку Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты об отсутствии соответствующей задолженности;
- ✓ справку таможенного органа об отсутствии задолженности по платежам, взимаемым таможенными органами;
- ✓ справку государственной службы занятости об отсутствии соответствующей задолженности;
- ✓ справку соответствующих территориальных органов государственной статистики об отсутствии задолженности по статистической отчетности перед этими органами;
- ✓ справку соответствующего территориального (городского или районного) архива местного исполнительного и распорядительного органа о сдаче на хранение документов.

Ликвидация коммерческой организации считается завершенной, а коммерческая организация – прекратившей существование после внесения об этом записи в Единый государственный регистр юридических лиц. Регистрирующие органы ежемесячно публикуют в газете «Рэспубліка» сведения о зарегистрированных, а также о ликвидированных (прекративших деятельность) субъектах хозяйствования.

Решение регистрирующего органа о ликвидации субъекта хозяйствования может быть обжаловано в хозяйственном суде [3, 14].



## 8.2. Регулирование экономической несостоятельности (банкротства) субъектов хозяйствования

Правовой институт банкротства является неотъемлемой частью рыночного хозяйства. Процедура банкротства субъектов хозяйствования в связи с принятием закона Республики Беларусь от 18 июля 2000 г. «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» получила направленность на стабилизацию деятельности должников, путем оказания им материальной помощи, что в условиях рыночных отношений является весьма актуальным.

Действующее законодательство определяет *банкротство*, как неплатежеспособность, имеющую или приобретающую устойчивый характер, признанную решением хозяйственного суда о банкротстве с последующей ликвидацией должника. А *экономическая несостоятельность* – это неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением хозяйственного суда об экономической несостоятельности с санацией должника, т. е. принимается решение об оздоровлении должника.

Из определения *экономической несостоятельности (банкротства)* можно выделить существенные условия, при наличии которых субъект хозяйствования признается в установленном порядке экономически несостоятельным (банкротом): во-первых, это неплатежеспособность должника, признанная хозяйственным судом или правомерно объявленная самим должником; а во-вторых, эта неплатежеспособность должника должна иметь или приобретать устойчивый характер.

Государственное регулирование и контроль отношений, связанных с процедурой банкротства субъектов хозяйственной деятельности, осуществляется Министерством экономики Республики Беларусь и непосредственно департаментом по санации и банкротству.

Основными задачами департамента являются:

- ✓ участие в рамках своей компетенции в определении и реализации государственной политики по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства);
- ✓ регулирование в пределах своей компетенции процессов в сфере экономической несостоятельности (банкротства) с учетом интересов государства;
- ✓ обеспечение условий для реализации процедур банкротства, предусмотренных законодательством об экономической несостоя-

тельности (банкротстве);

✓ обеспечение проведения процедур экономической несостоятельности (банкротства) отсутствующих должников;

✓ организация подготовки управляющих в производстве по делу об экономической несостоятельности (банкротстве) (далее — управляющие), лицензирование их деятельности и аттестация;

✓ формирование и совершенствование нормативной правовой и методической базы по вопросам экономической несостоятельности (банкротства), а также информационно-статистической базы в ходе ведения мониторинга финансового состояния и платежеспособности юридических лиц.

Гражданский кодекс Республики Беларусь указывает на два вида субъектов хозяйствования, которые могут быть признаны экономически несостоятельными (банкротами), — это гражданин, являющийся индивидуальным предпринимателем, а также юридическое лицо.

Законодательство об экономической несостоятельности (банкротстве) не применяется: в отношении субъектов естественных монополий, юридических лиц, являющихся режимными и особо режимными объектами и (или) имеющих такие объекты, юридических лиц, имеющих объекты, находящиеся только в собственности государства, обеспечивающих поддержание необходимого уровня обороноспособности, функционирование стратегически значимых отраслей экономики и иные важные государственные потребности.

Участвовать в процессе производства по делу об экономической несостоятельности (банкротстве) в качестве субъекта (потерпевшего) могут *кредиторы (конкурсные кредиторы)*. Это лица, предполагающие наличие у них права требовать от должника денежного возмещения суммы задолженности.

Кредиторов можно разделить на три группы:

1) кредиторы по трудовым обязательствам (например, по заключенному трудовому контракту);

2) кредиторы по обязательным платежам в бюджет и государственные целевые бюджетные и внебюджетные фонды (например, налоговые органы);

3) кредиторы по гражданско-правовым обязательствам (например, контрагенты по договорам).

*Конкурсные кредиторы* — кредиторы по платежным обязательствам, за исключением граждан, перед которыми должник несет ответственность за причинение вреда их жизни и здоровью, а также уч-

редителей (участников) должника – юридического лица, перед которыми должник несет ответственность по обязательствам, вытекающим из такого участия, или представитель работников должника – по обязательствам вытекающим из трудовых отношений.

*Собрание кредиторов* состоит из конкурсных кредитов, в обязанности которых входит рассмотрение наиболее существенных вопросов, связанных с судьбой должника. Конкурсный кредитор на собрании кредиторов обладает числом голосов, пропорциональным сумме его требований к должнику.

*Комитет кредиторов* – постоянно действующий полномочный орган, избираемый собранием кредиторов, осуществляющий контроль за деятельностью управляющего, которая должна соответствовать требованиям законодательства (не более семи человек).

Осуществлять все процедуры, связанные с экономической несостоятельностью (банкротством) должника должен *управляющий*.

*Временным управляющим* является физическое или юридическое лицо, назначенное хозяйственным судом для проверки наличия оснований для возбуждения конкурсного производства и осуществления мер по обеспечению сохранности имущества должника, т. е. его деятельность связана с защитным периодом.

*Антикризисным управляющим* может быть физическое или юридическое лицо, осуществляющее свою деятельность на основе полученной лицензии, назначенное хозяйственным судом, в обязанности которого входит проведение некоторых процедур банкротства.

Лицензия управляющего могут быть трех категорий: А, В и С. Лицензия категории А дает право на назначение управляющим в производстве по делу о банкротстве должника, имеющего численность работников до ста человек. Лицензия категории В дает право на назначение управляющим в производстве по делу о банкротстве должника, имеющего численность работников до тысячи человек. Лицензия категории С дает право на назначение управляющим в производстве по делу о банкротстве должника без ограничения численности работников.

Основными *задачами управляющего* являются: восстановление платежеспособности должника, обеспечение максимально возможной защиты прав и законных интересов должника и его трудового коллектива (коллектива работников организации), а также кредиторов и иных лиц, урегулирование взаимоотношений должника и кредиторов, максимально возможное удовлетворение требований кредиторов в ус-

тановленной очередности, содействие производству по делу о банкротстве. При невозможности или отсутствии оснований для продолжения деятельности должника основными задачами управляющего являются: осуществление в установленном порядке ликвидации неплатежеспособного должника.

Правом на подачу заявления в хозяйственный суд о банкротстве субъекта хозяйствования в связи с неисполнением им денежных обязательств обладают сам должник, кредитор, прокурор, орган государственного управления по делам о банкротстве, налоговые и иные уполномоченные на то государственные органы, а также юридические и физические лица в порядке, установленном законодательством.

Наряду с основаниями, предусмотренными законодательством об экономической несостоятельности (банкротстве), дополнительным основанием для подачи заявления должника о своей экономической несостоятельности (банкротстве) является наличие коэффициента обеспеченности финансовых обязательств активами более 0,85.

Законодательством устанавливается ответственность за необоснованное непринятие своевременных мер по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства), а также за не соответствующее действительности обоснование отказа в принятии таких мер, а также принятие мер, которые привели к банкротству, – наложение штрафа на физическое лицо в размере от 10 до 50 базовых величин, на юридическое лицо – в размере от 50 до 500 базовых величин [14].

Закон о банкротстве конкретизирует основания для подачи кредиторами заявления о признании должника банкротом. В качестве таких оснований выступают в совокупности следующие:

- ✓ наличие у кредитора достоверных, документально подтвержденных сведений о неплатежеспособности должника, имеющей или приобретающей устойчивый характер;

- ✓ применение к должнику принудительного исполнения, не произведенного в течение трех месяцев, либо выявление в процессе принудительного исполнения факта отсутствия у должника имущества, достаточного для удовлетворения требований кредиторов;

- ✓ наличие задолженности перед кредитором, подавшим заявление, в размере 100 базовых величин и более, а в случае если должник является градообразующей или приравненной к ней организацией, государственной организацией, организацией с долей государственной собственности в уставном фонде, а также юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, имеющим государственные

и международные заказы, – в размере 2500 базовых величин и более.

Отсутствие одного из указанных выше оснований влечет возвращение заявления кредитора.

При рассмотрении дела о банкротстве юридического лица применяются следующие процедуры банкротства: защитный период, конкурсное производство, мировое соглашение.

С момента принятия заявления о банкротстве судом устанавливается защитный период и назначается временный управляющий.

*Защитный период* является стадией проверки хозяйственным судом наличия оснований для возбуждения конкурсного производства по делу о банкротстве и продолжительность его не может превышать трех месяцев.

*Конкурсное производство* – процедура банкротства, осуществляемая в целях максимально возможного удовлетворения требований кредиторов в установленной очередности, защиты прав и законных интересов должника, а также кредиторов и иных лиц в процессе санации, а при невозможности проведения санации в процессе ликвидации должника.

Конкурсное производство состоит из санации и ликвидационного производства.

*Санация* – процедура конкурсного производства, предусматривающая переход права собственности, изменение договорных и иных обязательств, реорганизацию, реструктуризацию или оказание финансовой поддержки должнику, осуществляемая для восстановления его устойчивой платежеспособности и урегулирования взаимоотношений должника и кредиторов в установленные сроки.

Для восстановления платежеспособности должника законодательством предусматриваются следующие способы: ликвидация дебиторской задолженности, исполнение обязательств должника собственником имущества должника, предоставление должнику финансовой помощи из специализированного фонда при органе государственного управления по делам о банкротстве, репрофилирование производства, закрытие нерентабельных производств, продажа части имущества должника, уступка требования должника, предоставление должнику в установленном порядке дотаций и субсидий, продажа предприятия должника.

По итогам проведенной санации управляющий подает в хозяйственный суд отчет и одновременно выносит одно из следующих предложений на собрание кредиторов:

- ✓ о прекращении санации в связи с восстановлением платежеспособности должника;
- ✓ заключении мирового соглашения;
- ✓ продлении установленного срока санации;
- ✓ прекращении санации и заявлении в хозяйственный суд ходатайства об открытии ликвидационного производства в связи с невозможностью продления деятельности должника или отсутствием оснований для ее продолжения.

В случае принятия решения о возбуждения *ликвидационного производства*, которое имеет целью ликвидацию должника и освобождение его от долгов путем продажи имущества должника и соразмерного удовлетворения требований кредиторов, должником совместно с кредиторами разрабатывается план ликвидации должника, который утверждается хозяйственным судом.

Срок для заявления требований кредиторов не может быть менее двух месяцев с момента объявления о ликвидации. Срок ликвидационного производства не может превышать одного года, но может быть продлен еще на шесть месяцев по решению суда.

Продажа имущества должника осуществляется на открытых торгах, если не установлен иной порядок продажи, а также на торги могут быть выставлены и требования должника.

Заключительной стадией ликвидационного процесса является раздел имущества банкрота между его кредиторами. Вне очереди покрываются судебные расходы и расходы, связанные с выплатой вознаграждения управляющему, производятся текущие выплаты за коммунальные, эксплуатационные услуги, а также удовлетворяются требования кредиторов по денежным обязательствам должника. Требования кредиторов, не удовлетворенные по причине недостаточности имущества должника, признаются погашенными. Оставшееся после удовлетворения требований кредиторов имущество передается учредителям юридического лица. Управляющий в течение десяти дней со дня вынесения судом решения должен представить сведения о завершении ликвидационного производства в орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, для внесения записи в Единый государственный реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

**Мировое соглашение.** Мировое соглашение может быть заключено с момента возбуждения хозяйственным судом производства по делу о банкротстве на любой стадии после погашения задолженно-

сти по требованиям кредиторов первой и второй очереди – это требования физических лиц, перед которыми должник несет ответственность за причинение вреда их жизни или здоровью, а также расчеты по выплате выходных пособий и оплате труда работников фирмы.

Под *мировым соглашением* Закон о банкротстве понимает соглашение между должником и кредиторами об уплате долгов, которым предусматривается освобождение должника от долгов, или уменьшение долгов, или рассрочка их уплаты, а также срок уплаты долгов и другие меры.

Мировое соглашение заключается в письменной форме и должно содержать сведения о размерах, порядке, сроках исполнения обязательств должником, иные способы исполнения. Вступает в силу мировое соглашение со дня утверждения его хозяйственным судом.

В случае если хозяйственный суд в процессе ликвидационного производства утвердит мировое соглашение, решение хозяйственного суда об открытии ликвидационного производства не подлежит исполнению и, следовательно, полномочия управляющего прекращаются с этого момента.

Хозяйственный суд имеет право отказать в заключении мирового соглашения в случаях: нарушения порядка его заключения, либо несоблюдения формы, либо нарушения прав и законных интересов других лиц, либо иных противоречащих законодательству условий.

Недействительность мирового соглашения является основанием для возобновления производства по делу о банкротстве.

Мировое соглашение может быть расторгнуто по решению хозяйственного суда в случае неисполнения должником условий мирового соглашения в отношении не менее одной трети требований кредиторов [3, 14].

## ЛИТЕРАТУРА

1. Организация предпринимательства: учеб. пособие / Э. А. Арустамов [и др.]. – М.: МУПК, 2001. – 249 с.
2. Брасс, А. А. Основы менеджмента: учеб. пособие / А. А. Брасс. – Минск: Экоперспектива, 1999. – 239 с.
3. Вабищевич, С. С. Хозяйственное право (правовое регулирование хозяйственной деятельности) / С. С. Вабищевич, И. А. Маньковский. – Минск: Молодежное, 2006. – 390 с.
4. Валигурский, Д. И. Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы: учеб. пособие / Д. И. Валигурский. – М.: Дашков и Ко, 2002. – 332 с.
5. Гончаров, В. В. Руководство для высшего управленческого персонала: в 2 т. / В. В. Гончаров. – М.: Дело, 1997. – 586 с.
6. Зелль, А. Бизнес-план: инвестиции и финансирование, планирование и оценка проектов / А. Зелль. – М.: Ось-89, 2001. – 240 с.
7. Кирнэн, Мэттью. Обновляйся или умри! Как создать конкурентоспособную компанию XXI века / Мэттью Кирнэн. – СПб.: Крылов, 2004. – 384 с.
8. Круглова, Н. Ю. Основы бизнеса: учеб. для вузов / Н. Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2002. – 528 с.
9. Лебедева, Е. И. Предпринимательское право: учеб. / Е. И. Лебедева. – М.: Высшая школа, 2004. – 509 с.
10. Ньюсом, Д. Все о PR: Теория и практика публичных отношений / Д. Ньюсом, Д. Терк, Д. Крукеберг. – 7-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 628 с.
11. Основы бизнеса: учеб. / под ред. Ю. Б. Рубина. – 6-е изд., пер. и доп. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2005. – 784 с.
12. Паращенко, В. Н. Хозяйственное (предпринимательское) право Республики Беларусь. Особенная часть: практ. пособие / В. Н. Паращенко. – Минск: МНО, 2001. – 318 с.
13. Предпринимательство: учеб. / под ред. М. Г. Лапусты. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 520 с. – (Серия «Высшее образование»).
14. Реуцкая, Е. А. Хозяйственное право: курс интенсивной подготовки / Е. А. Реуцкая. – Минск: ТетраСистемс, 2007. – 352 с.
15. Хилл, С. Радикальный маркетинг / С. Хилл, Г. Рифкин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 416 с.



## ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	3
1. Понятие и содержание предпринимательского менеджмента...	4
1.1. Развитие теории и сущность предпринимательства. Предмет исследования дисциплины.....	4
1.2. Предпринимательство как явление и процесс. Функции предпринимательства.....	10
1.3. Философия и принципы современного предпринимательства...	14
1.4. Исторические этапы развития предпринимательской деятельности.....	16
1.5. Личностно-профессиональные качества предпринимателя-менеджера .....	22
2. Типология предпринимательской деятельности.....	24
2.1. Понятие и классификация типов предпринимательства.....	24
2.2. Классификация и характеристика видов предпринимательской деятельности.....	26
2.3. Предпринимательская деятельность на рынке ценных бумаг..	28
2.4. Предпринимательская деятельность на рынке банковских услуг.....	30
2.5. Предпринимательство на рынке страховых услуг.....	32
2.6. Посредническое предпринимательство.....	33
2.7. Франчайзинговая деятельность: понятие, виды, преимущества.....	34
3. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.....	36
3.1. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица.....	36
3.2. Хозяйственные товарищества: порядок создания, функционирования, управления.....	38
3.3. Общество с ограниченной ответственностью: порядок создания, функционирования, управления.....	40
3.4. Общество с дополнительной ответственностью: порядок создания, функционирования, управления.....	43
3.5. Акционерные общества: виды, порядок создания, функционирования, управления.....	43
3.6. Производственные кооперативы: порядок создания, функ-	

ционирования, управления.....	48
3.7. Унитарные предприятия: виды, порядок создания, функционирования, управления.....	51
3.8. Объединения предпринимательских организаций: классификация, цели, порядок создания.....	53
4. Формирование политики организации.....	58
4.1. Общая политика предприятия: сущность и содержание.....	58
4.2. Маркетинговая политика: цели, структура и содержание.....	60
4.3. Сбытовая политика: цели, структура и содержание.....	66
4.4. Коммуникационная политика: цели, структура и содержание.....	70
5. Договорные отношения в предпринимательской деятельности.....	73
5.1. Понятие и виды сделок. Коммерческое представительство....	73
5.2. Сущность, виды и порядок заключения договоров.....	77
5.3. Договор купли-продажи (поставки) и его содержание.....	83
5.4. Внешнеторговый договор. Пакет документов внешнеэкономической поставки товаров.....	87
6. Приватизация государственной собственности.....	91
6.1. Понятие, цели и задачи приватизации.....	91
6.2. Субъекты и объекты приватизации.....	92
6.3. Формы и способы разгосударствления и приватизации государственного имущества.....	94
6.4. Порядок приватизации объектов государственной собственности.....	96
7. Правовые основы биржевой торговли и рынка ценных бумаг....	99
7.1. Товарные биржи: сущность, организация деятельности и регулирование.....	99
7.2. Общая характеристика рынка ценных бумаг. Деятельность фондовой биржи.....	102
7.3. Валютные биржи: сущность, организация деятельности и регулирование.....	108
8. Ликвидация предпринимательской деятельности.....	110
8.1. Общий порядок ликвидации коммерческих организаций.....	110
8.2. Регулирование экономической несостоятельности (банкротства) субъектов хозяйствования.....	113
Литература.....	120

Учебное издание

Демидовец Виктор Павлович

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Тексты лекций

Редактор Ю.В. Кравцова

Подписано в печать .2007. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 7,2. Уч.-изд. л. 7,4.  
Тираж 100 экз. Заказ .

Учреждение образования  
«Белорусский государственный технологический университет».  
220050, Минск, Свердлова, 13а.  
ЛИ № 02330/0133255 от 30.04.2004.

Отпечатано в лаборатории полиграфии учреждения образования  
«Белорусский государственный технологический университет».  
220050, Минск, Свердлова, 13.  
ЛП № 02330/0056739 от 22.01.2004.