

Н.Ю.Круглова

ОСНОВЫ БИЗНЕСА

Учебник для вузов

Допущено Министерством образования
Российской Федерации в качестве учебника
для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по специальности 351000
«Антикризисное управление»

МОСКВА



2005

ББК 65.9(2Рос)09я73
К84

Рецензенты:

*Кафедра «Менеджмент в социальной сфере»
Московского государственного университета сервиса*

*Кафедра финансовых дисциплин
Российской таможенной академии*

*С. И. Резник, д.э.н., генеральный директор
правления Гильдии московских промышленников*

Круглова Н. Ю.

К84 **Основы бизнеса.** Учебник для вузов. — М.: Изда-
тельство РДЛ, 2005. — 560 с.

ISBN 5-93840-067-8

Рассматривается система современного бизнеса как коммерческой деятельности, непосредственно направленной на получение прибыли. Охарактеризованы организационно-правовые формы предпринимательства, в том числе новые формы предпринимательства без образования юридического лица. Показана роль конкуренции в системе бизнеса: влияние факторов конкуренции на параметры состояния конкурентной среды на товарном рынке, а также защита конкуренции на рынке финансовых услуг. Даются примеры проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на рынке. Большое внимание уделяется договорному режиму коммерческой деятельности, а также реализации товаров и торговому обороту производственных активов предприятия. Сопоставляется традиционная и новая системы взаимоотношений предприятий с поставщиками. Рассматриваются правоотношения, складывающиеся в различных ситуациях между покупателем и продавцом, по оплате товара, его страхованию и сохранению прав собственности, а также правоотношения, касающиеся различных условий поставки.

Текстовый материал сопровождается поясняющими таблицами, рисунками, схемами.

Для студентов, обучающихся по экономико-правовым и экономическим специальностям, аспирантов и преподавателей вузов. Книга будет полезна предпринимателям, руководителям предприятий, менеджерам и функциональным специалистам.

ББК 65.9(2Рос)09я73

ISBN 5-93840-067-8

© Н. Ю. Круглова, 2005

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Глава 1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ БИЗНЕСА

1.1. Система современного бизнеса.....	12
1.1.1. Область производственно-коммерческой деятельности.....	14
1.1.2. Область торгового оборота производственных активов.....	31
1.1.3. Формирование потенциала прибыльности.....	40
1.2. Предпринимательство и выбор позиции в конкуренции.....	52
1.2.1. Предприятие предпринимательского типа.....	53
1.2.2. Предпринимательские реакции и маркетинг ...	58
1.2.3. Мотивы и функции предпринимательского риска.....	64
1.2.4. Выбор позиции в конкуренции.....	67
1.3. Принцип взаимовыгодности нововведений.....	78
<i>Контрольные вопросы.....</i>	<i>84</i>

Глава 2. ПРАВОВОЙ МЕХАНИЗМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. СУБЪЕКТЫ КОММЕРЧЕСКИХ ПРАВООТНОШЕНИЙ

2.1. Категории коммерческого права.....	85
2.2. Субъекты коммерческих правоотношений.....	100
2.3. Хозяйственные товарищества и хозяйственные общества.....	111
2.3.1. Хозяйственные товарищества.....	111
2.3.2. Общество с ограниченной ответственностью.....	116
2.3.3. Общество с дополнительной ответственностью ..	136
2.3.4. Акционерное общество.....	136
2.4. Новые формы предпринимательства без образования юридического лица.....	189
2.4.1. Совместная предпринимательская деятельность в форме простого товарищества.....	190

2.4.2. Правовые основы коммерческой концессии (франчайзинга).....	193
2.5. Особенности правового положения и перспективы создания и развития народных предприятий.....	204
<i>Контрольные вопросы</i>	212

Глава 3.
**КОНКУРЕНЦИЯ И ОГРАНИЧЕНИЕ
МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

3.1. Механизм конкуренции.....	215
3.2. Конкурентоспособность и инновационная активность	236
3.2.1. Взаимозаменяемость количества и качества продукции в удовлетворении потребностей.....	236
3.2.2. Конкурентоспособность товара.....	239
3.2.3. Влияние инновационной активности на конкурентоспособность.....	241
3.3. Ограничение монополистической деятельности.....	247
3.3.1. Определение доминирующего положения предприятия на товарном рынке.....	247
3.3.2. Ограничение монополистической деятельности законодательством.....	254
3.3.3. Формы недобросовестной конкуренции.....	257
3.3.4. Антимонопольные органы и их деятельность ...	258
3.3.5. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.....	263
3.4. Конкурентная среда на товарных рынках и государственное регулирование их структуры.....	269
3.4.1. Продуктовые границы товарного рынка.....	272
3.4.2. Состав продавцов и покупателей. Географические границы рынка.....	278
3.4.3. Определение объема товарных ресурсов рынка и доли хозяйствующего субъекта на рынке.....	280
3.4.4. Структура товарного рынка.....	282
3.4.5. Государственное регулирование структуры товарных рынков.....	288
3.4.6. Открытость рынка для межрегиональной и международной торговли.....	290
3.4.7. Рыночный потенциал хозяйствующего субъекта	291
3.5. Защита конкуренции на рынке финансовых услуг	292
3.5.1. Доминирующее положение финансовой организации.....	293
3.5.2. Правовые меры преодоления ограничений в конкуренции и недобросовестной конкуренции	294
3.5.3. Государственный контроль за концентрацией капитала на рынке финансовых услуг.....	300
<i>Контрольные вопросы</i>	302

Глава 4.
ДОГОВОРНЫЙ РЕЖИМ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1. Сделки и представительство в коммерческих правоотношениях.....	305
4.2. Обязательства в коммерческих правоотношениях	320
4.2.1. Исполнение обязательств.....	320
4.2.2. Обеспечение исполнения обязательств	328
4.2.3. Перемена лиц в обязательстве.....	347
4.2.4. Ответственность за нарушение обязательств. Прекращение обязательств.....	349
4.3. Договор как основа коммерческих обязательств	353
<i>Контрольные вопросы</i>	364

Глава 5.
РЕАЛИЗАЦИЯ ТОВАРОВ И ТОРГОВЫЙ ОБОРОТ
ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

5.1. Купля-продажа.....	368
5.1.1. Реакция предприятия на конъюнктуру рынка	368
5.1.2. Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров	375
5.1.3. Подбор поставщиков и взаимоотношения с ними.....	383
5.1.4. Договор купли-продажи.....	391
5.1.5. Розничная купля-продажа.....	399
5.1.6. Договор мены.....	408
5.1.7. Договор международной купли-продажи	409
5.2. Поставка товаров.....	423
5.2.1. Договор поставки.....	423
5.2.2. Поставка товаров для государственных нужд ..	433
5.3. Торговый оборот производственных активов предприятия.....	437
5.3.1. Предприятие как объект права.....	437
5.3.2. Купля-продажа недвижимости.....	439
5.3.3. Слияние и поглощение компаний.....	442
5.3.4. Продажа предприятия (имущественного комплекса).....	443
5.4. Правовые основы биржевой торговли.....	451
5.5. Правовое регулирование отношений в области рекламы	458
5.6. Крупные сделки.....	466
5.7. Аренда.....	473
5.7.1. Общие положения об аренде.....	473
5.7.2. Организационно-экономические особенности финансовой аренды (лизинга)	483
<i>Контрольные вопросы</i>	499

5.1.1. Р 6.
РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ

6.1. Общая характеристика ценных бумаг.....	503
6.2. Выпуск и обращение эмиссионных ценных бумаг.	511
6.3. Рынок ценных бумаг.....	527
6.3.1. Функции рынка ценных бумаг.....	527
6.3.2. Формы рынка ценных бумаг.....	527
6.3.3. Участники рынка. Профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг.....	529
6.3.4. Фондовая биржа.....	540
6.3.5. Государственное регулирование и саморегулирование рынка ценных бумаг.....	546
6.4. Особые меры защиты прав и законных интересов инвесторов на рынке эмиссионных ценных бумаг.	552
<i>Контрольные вопросы.....</i>	<i>557</i>
Литература.....	

Моему учителю и мужу Михаилу Ивановичу КРУГЛОВУ посвящается

ВВЕДЕНИЕ

Что же такое бизнес? Четкого ответа на этот вопрос российское законодательство на данном этапе развития рыночных отношений не содержит. В экономической литературе имеется несколько понятий термина «бизнес». Так, Алан Хоскинг, автор «Business studies» — одного из многих систематических изданий Холборнского колледжа (Лондон), дал следующее определение: «Бизнес — это деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями по извлечению природных благ, производству или приобретению и продаже товаров или оказанию услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или организаций». Бизнес, как процесс, предполагает определенные функции: ведение финансов и учета, кадровое и материально-техническое обеспечение, производственную, маркетинг, научно-исследовательские и проектные работы.

Другие экономисты рассматривают бизнес как вид конкретной экономической деятельности, организованной в рамках определенной структуры, целью и результатом которой является получение дохода.

Любой бизнес, таким образом, имеет свою экономико-организационную форму в виде предприятия. Предприятие, стремясь выделиться на рынке из среды подобных, создает и регистрирует свои отличия в виде фирменного названия и атрибутов. Здесь понятие бизнеса шире: бизнес рассматривается не только, как процесс деятельности, но и как объект собственности, который можно продать, заложить, застраховать, завещать. В этом случае бизнес становится объектом сделки, товаром.

Бизнес, как товар, имеет ряд особенностей:*

❖ это товар инвестиционный, то есть товар, вложения в который осуществляются с целью отдачи в будущем;

❖ бизнес является системой, но продаваться может как вся система в целом, так и ее части (элементы);

❖ потребность в этом товаре зависит от процессов, которые происходят как внутри самого товара, так и во внешней среде;

❖ необходимость участия государства не только в регулировании механизма купли-продажи бизнеса, но и в формировании рыночных цен на бизнес (это связано с особым значением устойчивости бизнеса для стабильности в обществе).

В данной книге понятие «бизнес» определено полем (областью) коммерческой деятельности, то есть деятельности, непосредственно направленной на получение прибыли:

❖ деятельность на товарных рынках (купля-продажа в интересах материально-технического снабжения производства и сбыта изготовленной продукции);

❖ деятельность на рынке средств производства (купля-продажа, аренда и лизинг предприятий, недвижимого и движимого имущества);

❖ внешнеторговая деятельность;

❖ деятельность на рынке ценных бумаг (эмиссия и купля-продажа акций, облигаций и других ценных бумаг, в том числе в интересах поглощения других компаний, приобретения дочерних предприятий и финансирования внутреннего роста);

❖ деятельность в свободных экономических зонах;

❖ посредническая деятельность, приносящая прибыль.

* *Оценка бизнеса. Учебник.* / Под ред. А. Г. Грязовой. — М.: Финансы и статистика, 2000.

Глава 1

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ БИЗНЕСА

КОММЕРЦИЯ — торг, торговля, торговые обороты, купецкие промыслы... Коммерческий, торговый, купецкий, купеческий.

Вл. Даль. Толковый словарь

Что такое коммерческая деятельность. *Коммерческая деятельность (коммерция) — это деятельность по купле-продаже имущества с целью получения прибыли или иной выгоды.* Она является составной частью производственно-хозяйственной деятельности любого предприятия-товаропроизводителя или обособливается в самостоятельный вид деятельности (торговля, в том числе биржевая, торговое посредничество, банковская деятельность и т. д.). В диверсифицированных компаниях коммерческая деятельность, как правило, является составной частью их производственно-хозяйственной деятельности (промышленно-торговые компании, промышленно-финансовые группы), а также дополняется **коммерческой** деятельностью, непосредственно не связанной с производственным процессом (купля-продажа активов, в том числе производственных активов, и ценных бумаг, финансовый лизинг и т. д.).

В период реформы усилилась тенденция к коммерциализации предприятий, то есть подчинению их деятельности целям получения прибыли. Это неизбежно приводит к необходимости усиления предпринимательского характера деятельности предприятий, что достигается, в первую очередь, развитием функции маркетинга.

Кто ведет коммерческую деятельность. Коммерческая деятельность осуществляется *коммерческими организациями — юридическими лицами, преследующими извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности* (хозяйственными товариществами и обществами, производственными кооперативами, государственными и муниципальными унитарными предприятиями). Некоммерческие организации (финансируемые собственником учреждения, потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации, благотворительные и иные фонды и т. д.) также могут осуществлять коммерческую деятельность, но лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствует этим целям. Некоммерческие организации не имеют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяют полученную прибыль между участниками, а направляют ее на достижение своих основных целей. Например, государственный вуз (учреждение, финансируемое собственником — государством) имеет своей основной (точнее — главной) целью подготовку высококвалифицированных кадров по определенным специальностям и является некоммерческой организацией, но может вести коммерческую деятельность по обучению указанным специальностям (такая деятельность соответствует основной цели вуза). В этом случае полученную прибыль он должен направлять на улучшение своей материально-технической базы, привлечение высококвалифицированного преподавательского состава, оплату труда преподавателей при недостаточном финансировании собственником основной деятельности и т. д.

Получение прибыли — подчиненная цель. В системе целей предприятия получение прибыли является промежуточной целью и подчинено достижению более высокой цели — удовлетворению потребностей общества в определенных видах товаров, услуг и работ, а также потребностей в рабочих местах. Производство не может существовать без потребностей, оно необходимо только для их удовлетворения. Ключ к успеху предпринимательской (в том числе коммерческой) деятельности лежит в девизе: *«Найди потребность и удовлетвори ее»*. Ни одно дело, ни одна работа не могут существовать, если они не удовлетворяют чью-либо потребность. Если потребность мала или товар плох и не удовлетворяет потребность, то и прибыль будет

мала или не будет получена вообще. Таким образом, коммерческая деятельность связана с поиском потребностей, удовлетворение которых принесло бы предприятию прибыль. Этот поиск осуществляется в рамках маркетинга — одной из основных функций предприятия.

Для чего нужна прибыль. Прибыль нужна коммерческой организации для развития производства в интересах удовлетворения дальнейших, в том числе новых, потребностей. Она непосредственно инвестируется в развитие производства или служит для стимулирования инвесторов. Предприятия должны осуществлять рациональную политику в области распределения оставшейся в их распоряжении после уплаты налогов и процентов по кредитам чистой прибыли. В акционерных обществах в этих целях разрабатывается *дивидендная политика* общества, которая рассматривается, в первую очередь, как решение о финансировании инвестиций.

Дивидендная политика не относится непосредственно к коммерческой деятельности и является одной из функций стратегического управления предприятием. Но она определяющим образом зависит от результатов поиска потребностей, на удовлетворение которых направлена деятельность предприятия.

Для чего нужен поиск потребностей. Поиск потребностей должен дать ответ на вопросы: где (на каком рынке), в каких товарах (или в каком имуществе) и каком объеме имеется потребность? Каковы требования потребителя к товарам? Насколько устойчив спрос на те или иные товары? Каковы перспективы роста спроса и перспективы рентабельности на различных рынках? Какова интенсивность конкуренции на них? В зависимости от ответа на эти вопросы предприятия специализируют или диверсифицируют свою деятельность, определяют направления развития товаров и технологий, разрабатывают свою ассортиментную политику, выбирают стратегию роста потенциала компании, в том числе масштабов производства (интенсивный рост, ограниченный рост, сокращение, сочетание различных стратегий), свою маркетинговую стратегию и стратегию конкуренции на рынке и при создании новой продукции, осуществляют стратегическое планирование и выбор стратегических позиций в конкуренции. В свою очередь, выбор этих стратегий предопределяет поле (набор областей) коммерческой деятельности предприятия.

§ 1.1. СИСТЕМА СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

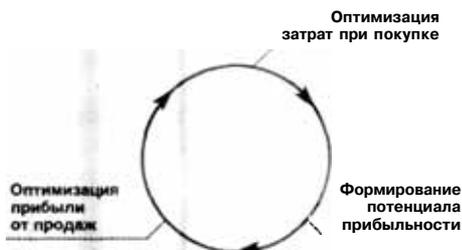
Производственное предприятие (организация) имеет, как правило, три области (направления) коммерческой деятельности (схема 1.1):

- ❖ область производственно-коммерческой деятельности;
- ❖ область торгового оборота производственных активов;
- ❖ область капитализации собственных средств и торгового оборота бумажных активов.

В каждом из этих направлений **цикл коммерческой деятельности** состоит из трех этапов (рис. 1.1):

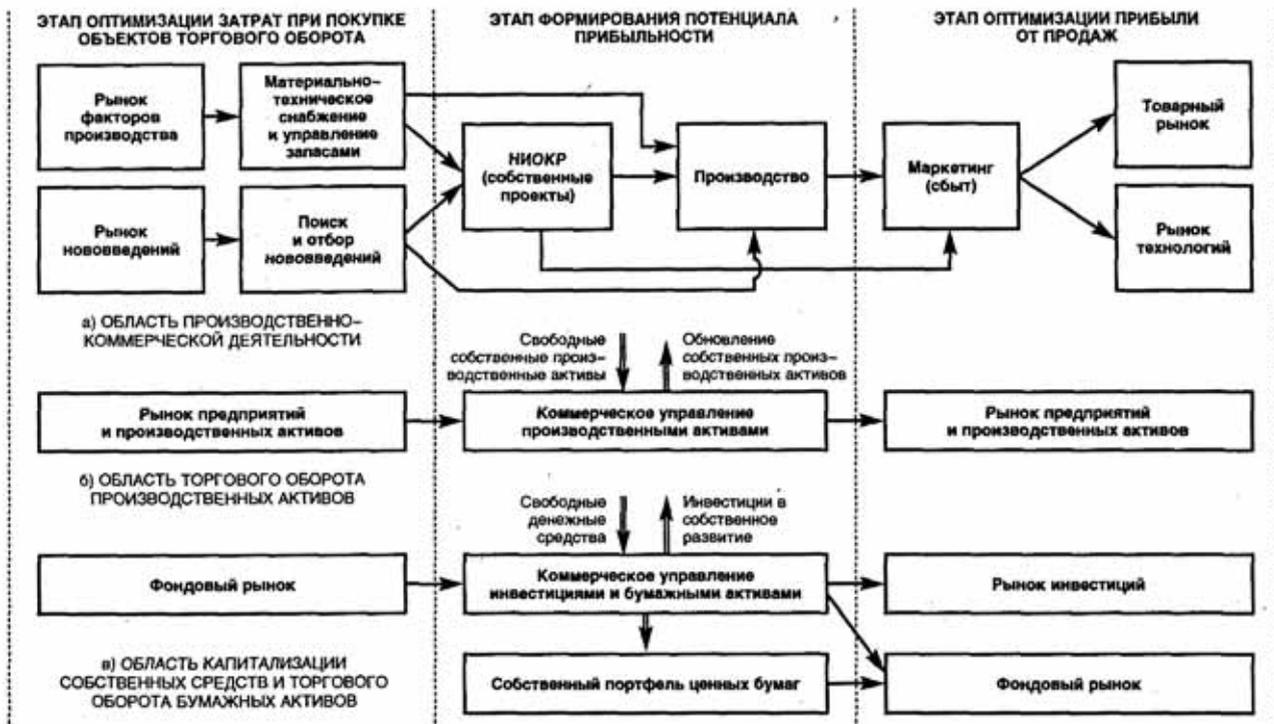
- ✓ этап оптимизации затрат при покупке объектов торгового (производственно-торгового) оборота;
- этап формирования потенциала прибыльности;
- этап оптимизации прибыли от продаж.

Эти циклы повторяются, образуя **непрерывный процесс коммерческой деятельности**.



Р и с. 1.1. Цикл коммерческой деятельности предприятия

Этапы оптимизации затрат на покупку и оптимизации прибыли от продаж относятся преимущественно к коммерческой деятельности, хотя они и связаны с производственной или научно-производственной деятельностью (например, испытания технологического оборудования, сырья и полупродуктов при покупке факторов производства; сервисное обслуживание проданных товаров у потребителя). Этап формирования потенциала прибыльности имеет преимущественно научно-производственный характер (содержит функции НИОКР, производства, развития производства и (или) управления).

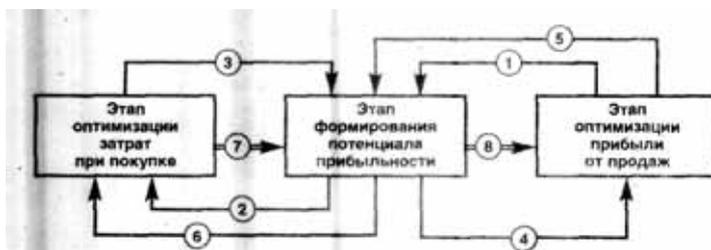


С х е м а 1.1. Поле коммерческой деятельности предприятия

§ 1.1.1. Область производственно-коммерческой деятельности

Производственно-коммерческая деятельность на входе в производственный процесс направлена на оптимизацию затрат на приобретение факторов производства и нововведений, необходимых для поддержания и повышения прибыльности предприятия, а также на оптимизацию управления производственными запасами; на выходе из производственного процесса — на оптимизацию прибыли от продаж товаров (оказания услуг, выполнения работ). Этапы коммерческого цикла, помимо материальных потоков, показанных на *схеме 1.1а*, имеют информационные связи, придающие системность коммерческому процессу. Алгоритм производственно-коммерческого процесса дифференцируется в зависимости от характера задач развития производства: реализуется ли прямая или обратная задача.

В прямой задаче развития производства, свойственной индустриальной эпохе (*схема 1.2*), для удовлетворения



С х е м а 1.2. Алгоритм производственно-коммерческого процесса в прямой задаче развития производства (версия)

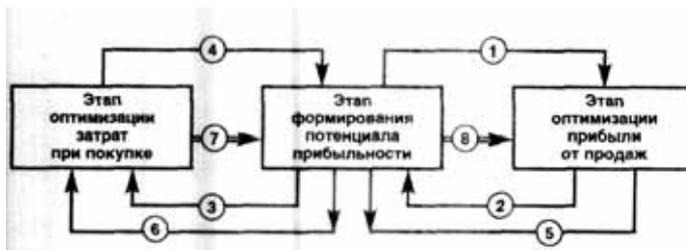
© — Конъюнктура товарного рынка и рынки технологий: потребность, спрос, требования к качеству, перспективы рентабельности. © — Требования к факторам производства и нововведениям (научно-технический уровень, качество, объем, сроки). © — Конъюнктура рынка факторов производства и нововведений: возможности удовлетворения требований производства, стоимость. © — Возможности удовлетворения требований товарного рынка и рынка технологий. © — Выбор оптимального варианта удовлетворения требований рынка. © — Выбор оптимального варианта удовлетворения требований производства. © — Поток факторов производства и нововведений. © — Поток товаров и технологий.

⇒ — материальные связи; ⇒ — информационные связи.

Номера указывают последовательность действий.

существующих и прогнозируемых потребностей осуществляется создание продукции в традиционных технологиях. Поэтому производственно-коммерческий процесс начинается с изучения конъюнктуры товарных рынков и рынков технологий, на которых предприятие планирует сбыт своих товаров и разрабатываемых им технологий (*связь 1 на схеме 1.2*). Для создания необходимой для удовлетворения этих потребностей продукции и достижения приемлемого потенциала прибыльности в дополнение к собственным проектам могут приобретаться факторы производства и нововведения, к которым предприятие предъявляет определенные требования (*связь 2*). С этой целью изучается конъюнктура соответствующих рынков (*связь 3*). Результаты процессов 1, 2, 3 позволяют оценить возможные варианты удовлетворения требований товарного рынка и рынка технологий (*связь 4*) и осуществить выбор оптимального (с точки зрения прибыли) варианта (*связь 5*), а уже на этой основе выбрать оптимальный (с точки зрения затрат) вариант приобретения факторов производства и нововведений, необходимых для формирования приемлемого потенциала прибыльности (*связь 6*). Эти процессы производственно-коммерческой деятельности создают необходимые предпосылки для формирования оптимального потока факторов производства и нововведений (*связь 7*), а также оптимального потока товаров и технологий (*связь 8*).

В обратной задаче развития производства, свойственной постиндустриальной эпохе, когда спрос на товары для удовлетворения существующих потребностей насыщен, осуществляется создание принципиально новых технологий и новых товаров для привития и удовлетворения новых потребностей. Спрос на такой товар возникнет только в том случае, если потенциальный потребитель признает полезность для него предлагаемого товара. Поэтому в этой задаче производственно-коммерческий процесс (*схема 1.3*) начинается с предложения предприятием на рынок проектных вариантов новых товаров и новых технологий для их изготовления (*связь 1 на схеме 1.3*). Далее следует прогноз их признания потребителем, уровня спроса на них и перспектив рентабельности (*связь 2*). Это дает возможность предприятию разработать требования к факторам производства в новых технологиях, необходимых для создания потенциала прибыльности по каждому варианту **товаров**, спрос на которые подтвержден прогнозом (*связь 3*). Для



С х е м а 1.3. Алгоритм производственно-коммерческого процесса в обратной задаче развития производства (версия)

© — Проектные варианты новых товаров и новых технологий.
 © — Прогноз признания новых товаров: возможный спрос, перспективы рентабельности. ③ — Требования к факторам производства в новых технологиях. @ — Конъюнктура рынка факторов производства: возможные варианты удовлетворения требований, затраты на покупку. © — Выбор оптимального варианта нового товара и стратегии проникновения на рынок.
 © — Выбор оптимального варианта набора факторов производства. © — Поток факторов производства. ® — Поток новых товаров и технологий.

➤ — материальные связи; ➤ — информационные связи.

Номера указывают последовательность действий.

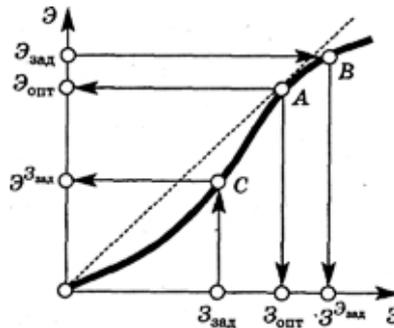
оптимизации затрат на приобретение факторов производства изучается конъюнктура их рынка, выявляются возможные варианты удовлетворения требований предприятия и затраты на покупку (связь 4). Результаты изучения перспектив рентабельности новых товаров от их продаж и возможных затрат на покупку потребных факторов производства позволяют предприятию выбрать оптимальный вариант нового товара и разработать стратегию проникновения на рынок (связь 5), а также оптимальный вариант набора факторов производства (связь 6).

Эффективность выбора. Выбор оптимальных вариантов удовлетворения требований товарного рынка к производству и удовлетворения требований производства к рынку факторов производства осуществляется по критерию «эффективность производства» (E), то есть по критерию «эффект/затраты». Эффект (\mathcal{E}) может быть измерен **объемом** удовлетворенных потребностей (показатель, зависящий от объема и качества реализованных товаров), **выручкой** от продаж товара (показатель, зависящий от величины и эластичности спроса и предложения) или **величиной прибыли** (показатель, зависящий в конечном счете от цены товара, объема продаж и издержек производст-

ва). Затраты (3) на разработку, производство и обращение товаров определяются объемом (стоимостью) привлеченных факторов производства (в краткосрочном периоде — себестоимостью продукции).

$$\text{Эффективность производства (E)} = \frac{\text{Величина эффекта (Э)}}{\text{Затраты на достижение эффекта (3)}}$$

Оптимальное значение критерия при выборе варианта решения зависит от ограничений величины эффекта и величины затрат (рис. 1.2).



Р и с. 1.2. Дифференциация критерия «эффект/затраты» в зависимости от ограничений величины эффекта и величины затрат

1. Величины эффекта и затрат не заданы. Максимальное значение эффективности будет достигнуто в точке A S-образной кривой, характеризующей определенную технологию:

$$E^{\text{опт}} = \frac{\text{Э}_{\text{опт}}}{\text{З}_{\text{опт}}} .$$

Такая форма критерия может быть использована при выборе технологии и масштабов производства. Однако может оказаться, что величина достигаемого эффекта $\text{Э}_{\text{опт}}$ недостаточна и (или) величина затрат $\text{З}_{\text{опт}}$ не соответствует возможностям предприятия или, наоборот, не позволяет полностью использовать имеющиеся ресурсы.

2. Достижимый эффект ограничивается располагаемыми ресурсами $\text{З}_{\text{зад}}$ (точка C):

$$E^{\text{зад}} = \frac{\text{Э}^{\text{зад}}}{\text{З}_{\text{зад}}} .$$

В этом случае решается задача выбора из многих вариантов товаров, технологий, рынков варианта, который обеспечил бы максимальное удовлетворение потребностей (достижение максимального дохода, прибыли) при заданных издержках на разработку, производство и обращение товара.

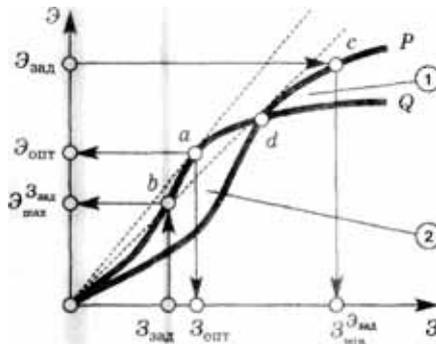
3. Величина необходимого эффекта (объема удовлетворяемых потребностей, масштаба производства, уровня качества товара, дохода и прибыли) задана. Решается задача достижения эффекта с минимальными затратами на разработку, производство и обращение товара (точка *B*):

$$E^{\text{зад}} = \frac{\partial \text{зад}}{\partial \text{з}_{\text{зад}}}$$

Рассмотрим в качестве примера два варианта решения проблемы (две технологии производства, два товара, два набора факторов производства). Каждому из этих вариантов будет соответствовать своя кривая «эффект/затраты» (кривые *Q* и *P* на *рис. 1.3*). Задача заключается в том, чтобы выбрать вариант, обеспечивающий максимальную эффективность производственно-коммерческой деятельности. Этот выбор зависит от предпочтительности критерия эффективности:

✧ при критерии $E^{\text{опт}} = \partial_{\text{опт}} / \text{з}_{\text{опт}}$ выбирается вариант *Q* (точка *a* на кривой *Q*);

✧ при критерии $E^{\text{зад}} = \partial^{\text{зад}}_{\text{макс}} / \text{з}_{\text{зад}}$ выбирается также вариант *Q* (точка *b* на кривой *Q*), приносящий максимальный эффект;



Р и с. 1.3, Выбор предпочтительной технологии (товара, рынка) по критерию «эффект/затраты»

© — область предпочтения варианта *P*. ② — область предпочтения варианта *Q*.

↖ при критерии $E_{\text{зад}} = Z_{\text{зад}}/Z_{\text{мин}}^{\text{зад}}$ выбирается вариант с минимальными затратами ресурсов P (точка c на кривой P).

Если руководствоваться двумя критериями, то вариант Q будет предпочтительнее, так как обеспечивает достижение максимальной эффективности как при $Z_{\text{опт}}$, так и при $Z_{\text{зад}}$. Графики, показанные на рис. 1.3, позволяют выбрать предпочтительный вариант технологии (товара, рынка) в зависимости от масштаба потребностей (масштаба производства). Пересечение кривых Q и P (точка d) образует две области: правее и выше точки d — область больших масштабов производства, где предпочтительнее вариант P ; левее и ниже точки d — область средних и малых масштабов производства, где предпочтительнее вариант Q .

Факторы производства. На этапе оптимизации затрат на покупку факторов производства коммерческая деятельность направлена на рациональное формирование входа в производственную систему, обеспечивающего создание конкурентоспособных товаров. Основными составляющими этого входа являются:

X_1 — **предметы труда**, то есть сырье и полупродукты, перерабатываемые в процессе производства в конечный продукт (производственные запасы);

X_2 — **средства труда**, то есть технологическое оборудование (в совокупности — технологическая система), производственные здания и сооружения, обеспечивающие переработку предметов труда;

X_3 — земля с ее поверхностью, недрами, лесами, реками, озерами, морями, океанами и атмосферой — источниками многих видов промышленного сырья и материалов, сельскохозяйственного производства и рыбного хозяйства, топливно-энергетических ресурсов;

X_4 — **труд**, то есть умственная и физическая деятельность людей в производственном процессе, обеспечивающая выполнение необходимых технологических процессов и удовлетворение потребностей человека в труде как самостоятельной ценности и источнике материальных благ;

X_5 — **информация**, необходимая для обеспечения организации, целенаправленности и оптимальности производства (информация о состоянии внешней среды, о потребностях, техническая документация на изготавливаемую продукцию и технологические процессы, образцы продукции и т. д.).

Производственные факторы X_1 и X_2 в совокупности образуют **вещественный капитал**, являющийся объектом

инвестирования денежного капитала, что обеспечивает непрерывность развития производства.

Особенностью производственного фактора «земля» является его *ограниченность* (богатства земли постоянно сокращаются), а также зависимость качества этого фактора от индустриальной деятельности общества, отрицательно влияющей на экологическое состояние окружающей среды. Другой особенностью земли как производственного фактора являются географические особенности, в том числе территориальное распределение природных ресурсов и населения (от последнего зависит состояние производственного фактора «труд»), которое определяющим образом влияет на территориальное размещение производств и организацию производственных связей между ними. И, наконец, географическое положение государства определяет его геополитические особенности, от которых в сильной степени зависит внешнеэкономическая деятельность предприятия, в том числе деятельность на внешних рынках, организация производственной и научно-технической кооперации (ярким примером такого влияния является деятельность компании «Газпром», трубопроводы которой проходят по территориям ряда государств).

С ростом сложности продукции и производства усиливается роль информации (X_5) как производственного фактора.

Таким образом, вход X в производственную систему является совокупностью производственных факторов:

$$X = X(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5).$$

Основными задачами коммерческой деятельности при формировании (покупке) набора факторов производства являются:

❖ обеспечение сбалансированности набора факторов по их объему и качеству на каждом этапе производственного процесса;

❖ отбор на рынке факторов производства и нововведений предпочтительных вариантов по ряду параметров, в том числе по параметрам:

- ❖ прогрессивность (радикальность) нововведения;
- ❖ восприимчивость нововведения производственной системой (возможность включения в производственный процесс без существенной модернизации технологической системы и коренной реорганизации производ-

ства, без изменения структуры организации и профессионального состава персонала);

- ❖ универсальность, обеспечивающая возможность маневрирования путем использования нововведений на различных участках производственного процесса или для производства различной продукции;
- ❖ издержки производства;
- ❖ создание благоприятных условий для организации на предприятиях внутреннего рынка рабочей силы, обеспечивающего решение проблем профессиональной переподготовки и занятости;
- ❖ создание условий для организации производственной кооперации и научно-технического сотрудничества по технологической цепи изготовления конечного продукта;
- ❖ преодоление трудностей развития внешнеэкономической деятельности предприятий, вызванных геополитическими особенностями России;
- ❖ достижение согласованности интересов государства и собственников предприятий в использовании земли и природных ресурсов;
- ❖ включение предприятий в глобальную систему информации и преодоление трудностей научно-технического развития производства, вызванных закрытием каналов информации в связи с установлением **права** предприятий на коммерческую тайну.

Влияние издержек капитала на прибыль. Средства производства длительного пользования надолго привязывают финансовые средства к производству, поэтому плата за пользование таким капиталом высока: имеют место *издержки финансовых средств на процент и производственного капитала на амортизацию и ремонт*. Эти издержки возникают независимо от количества производимой продукции, то есть являются **постоянными**. Если в капиталоемком производстве фактор «капитал» все время оказывается незагруженным, то постоянные издержки распределяются на меньшее количество продукции, что ведет к росту полных издержек на единицу продукции, снижению прибыли и рентабельности капитала (*рис. 1.4*).

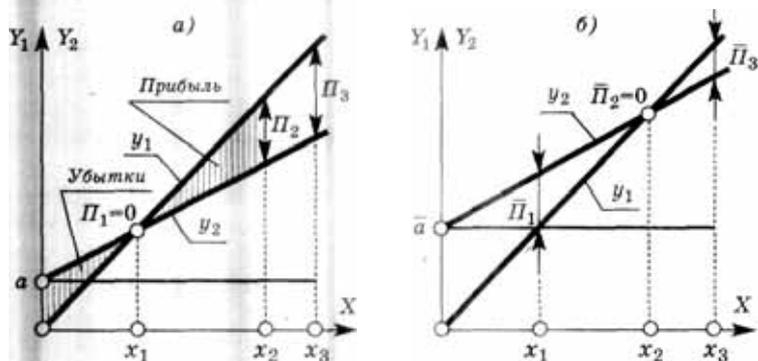
Приведенные на *рис. 1.4* графики выручки $y_1 = f_1(x)$ и издержек $y_2 = f_2(x)$ имеют точку пересечения при объеме продаж X_1 на *рис. 1.4a* и X_2 на *рис. 1.4б*, которую называют **порогом прибыльности** (точкой безубыточности, точкой критического объема производства). В этой точке при-

быль равняется нулю. При меньшем объеме производства (объеме продаж) предприятие несет убытки. При увеличении производства сверх критического объема предприятие получает прибыль. На предприятии, более полно использующем свои производственные мощности, при том же объеме текущего производства рентабельность продукции будет более высокой. Максимальная рентабельность достигается при полном использовании производственных мощностей.

Рассмотрим параметры выручки и издержек. Принимается, что цена единицы продукции p и переменные издержки на единицу продукции b постоянны. Тогда $y_1 = px$, $y_2 = a + bx$.

В точке безубыточности x_0 (на рис. 1.4а $x_0 = x_1$; на рис. 1.4б $x_0 = x_2$) имеем $(y_1)_0 = (y_2)_0$,

$$px_0 = a + bx_0, \quad x_0 = \frac{a}{p - b}; \quad p\bar{x}_0 = \bar{a} + b\bar{x}_0, \quad \bar{x}_0 = \frac{\bar{a}}{p - b}.$$



Р и с. 1.4. Влияние постоянных издержек капитала на прибыль при полном (а) и неполном (б) использовании производственных мощностей:

Y_1, Y_2 — выручка и полные издержки соответственно;

X — объем продаж в натуральных единицах;

a, \bar{a} — постоянные издержки соответственно при полном и неполном использовании производственных мощностей;

$\Pi_2, \Pi_3, \bar{\Pi}_1, \bar{\Pi}_2, \bar{\Pi}_3$ — прибыль (убыток) в точках x_1, x_2, x_3 соответственно при полном и неполном использовании производственных мощностей.

Чем ниже постоянные расходы и больше разница между ценой изделия и переменными затратами на его изготовление, тем при меньшем объеме выпуска производство безубыточно. Так как при неполном использовании производственных мощностей $\bar{a} > a$ точка безубыточности x_0 отодвигается вправо от точки x_0 . Например, если $a = 2a$, то $x_0 = 2x_0$. Допустим, что проектная мощность предприятия $x_{пр}$ составляет $4x_0$ ($x_{пр} = 4x_0$), а выпуск продукции x — половину проектного выпуска, то есть $x = 2x_0$. В этом случае производство остается недогруженным и объем выпуска продукции достигает лишь точки безубыточности. Дальнейшее снижение объема производства принесет убытки. В связи с этим **важнейшей задачей управления предприятием является полное использование производственной мощности**. Решение этой задачи достигается систематическим обновлением продукции, обеспечивающим поддержание спроса на данном рынке, и проникновением на другие рынки, где спрос на данную продукцию достаточно высок.

Другим способом решения данной задачи является рациональная диверсификация производства путем расширения сферы деятельности предприятия по жизненному циклу продукции (например, не только изготовление технологического оборудования, но и его монтаж и наладка у потребителя, профилактическое обслуживание и ремонт) и расширения номенклатуры выпускаемой продукции в пределах данной технологии (простейший широко распространенный вариант — выпуск различных модификаций на основе базовой конструкции).

Определяющее влияние на величину выручки на единицу продукции (p — B) оказывают: качество изделия (чем выше качество, тем выше цена продажи), материалоемкость, энергоемкость, фондоемкость и трудоемкость (точнее, зарплатоемкость) продукции. Значения указанных параметров определяются на стадии проектирования и опытной отработки продукции и технологической системы ее изготовления. Очевидно, чем ниже затратоемкость продукции, тем при меньшем объеме производства предприятие начинает получать прибыль. Поэтому одной из задач стратегического управления коммерческой деятельностью является **размещение производств компаний в районах, обеспечивающих снижение затратоемкости продукции**. Так, многие транснациональные компании размещают свои

трудоемкие сборочные производства в регионах с дешевой рабочей силой. Материалоемкие производства (например, металлургические) целесообразно располагать вблизи источников сырья с тем, чтобы максимально снизить транспортные издержки. Научное производство предпочитают размещать там, где имеется квалифицированная рабочая сила. И поэтому не требуется дополнительных расходов на обучение. Производства, требующие больших территорий, размещают в районах с более низкой ценой на землю. Однако следует отметить, что все усилия по снижению затратоемкости продукции могут не оправдаться, если будет производиться продукция низкого качества (с низкой ценой продажи).

Графики безубыточности позволяют определить:

❖ **прибыль (Π)** при заданном объеме выпуска продукции ($x_{\text{зад}}$):

$$= y_1 - \text{III} = p \cdot x_{\text{зад}} - (a$$

кромку безубыточности [превышение объема продаж (x) над критическим объемом (x_0)]:

$$x - x_0 = \frac{\Pi}{p - b} ;$$

❖ **объем продаж (x)**, необходимый для получения заданной прибыли ($\Pi_{\text{зад}}$):

$$x = \frac{\Pi_{\text{зад}} + a}{p - b} ;$$

ПРИМЕР. Исходные данные: постоянные издержки за год на предприятии составили $a = 60000$ руб.; цена реализации за единицу продукции $p = 20$ руб.; переменные издержки на единицу продукции $b = 10$ руб.; объем реализации продукции за год $x = 8000$ ед.; проектная мощность предприятия $x_{\text{пр}} = 12000$ ед.

Определяем точку безубыточности:

$$x_0 = \frac{a}{p - b} = \frac{60000}{20 - 10} = 6000 \text{ (ед.)}.$$

Кромка безубыточности в данном случае будет составлять:

$$x - x_0 = 8000 - 6000 = 2000 \text{ (ед.)}.$$

Предприятие в данных условиях получит прибыль:

$$Y = (p - b)X - a = (20 - 10) \cdot 8000 - 60000 = 20000 \text{ (руб.)}$$

Если необходимо получить прибыль в сумме 30000 руб., то следует обеспечить объем продаж:

$$x = \frac{\Pi + a}{p - b} = \frac{30000 + 60000}{20 - 10} = 9000 \text{ (ед.)}$$

При объеме продаж, равном проектной мощности предприятия, прибыль составит:

$$\Pi_{\text{пр}} - (20 - 10) \cdot 12000 - 60000 = 60000 \text{ (руб.)}$$

Проектная себестоимость изделия (то есть при полном использовании производственной мощности) равна:

$$C_{\text{пр}} = b + \frac{a}{x_{\text{пр}}} = 10 + \frac{60000}{12000} = 15 \text{ (руб.)}$$

При объеме выпуска 8000 ед. себестоимость изделия будет:

$$C = 10 + \frac{60000}{8000} = 17,5 \text{ (руб.)}$$

Как видно из расчетов, при неполном использовании производственных мощностей себестоимость изделия и доля постоянных расходов в ней растут. В данном примере $C_{\text{пр}} = 1,56$; $C = 1,75b$.

Движение капитала. Величина производственного фактора «капитал» изменяется под влиянием инвестиций и издержек капитала. Если инвестиции равны издержкам, то капитал остается неизменным. В случае, когда инвестиции меньше издержек, величина капитала падает (такое состояние характерно в последние годы для многих производств российской промышленности). Если инвестиции превышают издержки производства — капитал возрастает.

Для того чтобы обеспечить непрерывность производства, необходимо постоянно поддерживать величину капитала. Поэтому издержки производственного капитала (амортизация) включаются в себестоимость продукции и соответствующая часть дохода от реализации продукции зачисляется в амортизационный фонд предприятия, который расходуется на восстановление основных производственных фондов, то есть реального капитала.

Амортизационный фонд является основным источником инвестиций на замену вышедшего (изношенного) оборудования. Если этот механизм нарушается, производственные

фонды стареют (величина капитала уменьшается), снижаются объем производства и качество выпускаемой продукции, что ведет к ухудшению финансового положения предприятий, вплоть до банкротства.

Трудности, переживаемые в последние годы многими российскими предприятиями, вызваны именно тем, что перестал действовать механизм инвестирования из амортизационных фондов. Решающую роль в этом сыграла инфляция, которая привела к искусственному обесцениванию производственных фондов, так как их стоимость своевременно не приводилась к новым ценам. Амортизация начислялась в устаревших ценах, и величина амортизационных фондов стала недостаточной для замены вышедшего оборудования.

Определение издержек производства. Как показывает практика, наибольшие трудности при определении издержек производства вызывает подсчет амортизационных отчислений. *Сумма амортизационных отчислений в среднем составляет от 1/3 до 1/2 величины условно чистой прибыли промышленных компаний.* За относительно продолжительный срок службы станочного парка, зданий и сооружений их первоначальная стоимость существенно меняется, и не только в сторону уменьшения. Так, стоимость строений, особенно в зависимости от их местоположения, может со временем даже возрасти против первоначального уровня. Основных причин изменения стоимости основных производственных фондов две: НТП и инфляция. НТП вызывает моральное старение машин и оборудования, ведет к потере рынка сбыта, на который это оборудование первоначально должно было работать. Это влечет сокращение сроков службы техники, которой располагает предприятие, и, как следствие, приводит к увеличению размеров амортизационных отчислений, чтобы провести своевременную замену станков и оборудования. Инфляция оказывает весьма противоречивое воздействие на процесс начисления амортизационных отчислений. С одной стороны, она увеличивает фактическую стоимость пассивных элементов основного капитала (зданий и сооружений), а значит, и их рыночную стоимость даже после полного списания первоначальных затрат. Это, кстати, позволяет руководству предприятий производить амортизационные отчисления даже после полного списания этой части капитала. С другой стороны, при быстром моральном старении активной части основного капитала (станков, оборудования, транс-

портных средств) инфляция вызывает рост затрат на замещение изношенных фондов новыми. В результате требуется увеличение размера амортизационных отчислений для полного восстановления списанных элементов активной части основного капитала. Учитывая важность формирования адекватного потребностям развития амортизационного фонда, необходимо уделять самое пристальное внимание данному виду издержек производства.

Во многих отраслях промышленности США и Японии *сумма амортизационных отчислений* по мере роста уровня механизации и автоматизации труда *примерно равна издержкам на заработную плату производственных рабочих*. Поэтому при внедрении новой техники, при обесценивании экономической целесообразности тех или иных инвестиционных программ и просто для повышения конкурентоспособности предприятия или фирмы очень важным является правильное, максимально точное определение размера амортизационных отчислений. На практике в зарубежных фирмах применяются **два основных метода начисления амортизации:**

✧ на основе определения *экономически обоснованного срока службы производственного оборудования* (для станков и машин он обычно принимается равным 10 годам) и соответствующего распределения его по годам (то есть ежегодное списание фиксированной суммы с первоначальной и остаточной стоимости фондов);

✧ *балансовый метод, основанный на ежегодном списании определенного процента от балансовой стоимости* (то есть от стоимости активов за вычетом суммы амортизации за предшествующие годы).

Рост накладных расходов, увеличение затрат на НИОКР, управление и организацию требуют также как можно более точного подсчета не только прямых производственных затрат, но и всех совокупных издержек.

Прежде всего подлежит оценке **стоимость всех активов компании** или предприятия. Здесь также существуют **два основных метода:**

✧ *оценка по первоначальной стоимости;*

✧ *оценка текущей стоимости активов.*

Первый метод получил распространение уже достаточно давно и в основном применяется для оценки издержек производства и размера активов компании в периоды, когда темпы инфляции низкие. В этом случае в практике бухгалтер-

ского учета и финансового контроля используется так называемый принцип консерватизма. В соответствии с ним рыночная стоимость активов (равно как и издержек производств) отражается в калькуляции себестоимости продукции только в том случае, когда она ниже первоначальной стоимости активов. С усилением инфляционных процессов происходит деформация не только в процессе начисления амортизации, но и существенно ограничивается сфера практического применения принципа консерватизма и основанного на нем первого метода. Он может применяться лишь в тех отраслях экономики, где доля основного капитала в активах компании и в стоимости продукции относительно невелика.

Второй метод оценки активов основан на определении их стоимости в текущих или неизменных рыночных ценах. Иначе говоря, стоимость активов определяется с учетом рыночной цены тех элементов капитала, которыми можно заменить выбывающие. Если с помощью этого метода оценивать текущую стоимость зданий и сооружений, то проблем не возникает. Но при оценке текущей стоимости замещения активной части основного капитала возникают многочисленные трудности. Связаны они с разнообразием производственного оборудования (как установленного, так и предполагаемого на рынке). Нередко в результате НТП на рынке в данный момент уже не существует того станка, который нужно заменить. Например, весьма трудно сегодня определить текущую стоимость оборудования образца 1970 г. А такие станки еще используются в ряде отраслей промышленности.

Одним из способов решения данной проблемы является поиск на рынке современного аналога оборудования, подлежащего замене. При этом важно учитывать, что этот аналог должен иметь более высокую производительность, удельную мощность или меньшие эксплуатационные расходы в сравнении с тем видом оборудования, который подлежит замене. Стоимость аналога, таким образом, берется за основу при калькуляции производственных затрат, при определении сроков и норм амортизации. Иначе говоря, предполагается, что стоимость реальных активов предприятия в данном случае оценивается в зависимости от технико-экономических характеристик имеющихся на рынке аналогов.

Однако часто подыскать на рынке подходящий аналог для оценки стоимости имеющегося на предприятии оборудования трудно.

Применение метода оценки активов, а вместе с ними и издержек производства на предприятии по текущей стоимости является предпочтительным в периоды, когда наблюдаются высокие темпы инфляции, а также в капиталоемких отраслях промышленности, в других сферах экономики с высокой фондовооруженностью труда, где доля активов в себестоимости продукции относительно велика, и там, где старые фонды составляют значительную часть активов предприятия.

Следует иметь в виду, что *оценка активов по текущей стоимости позволяет более точно учесть при подсчете размера прибыли расходы по содержанию и замене устаревшего оборудования.*

Среди других преимуществ этого метода оценки стоит отметить более точный учет структуры активов в разных сферах бизнеса, их отраслевой специфики, возможность точнее определить размер дивидендов по акциям фирмы и (что важно) без ущерба для нужд перспективного развития производства. Среди недостатков данного метода оценки — большой субъективизм в определении стоимости замещения активов.

Ускоренное уменьшение капитала. Производительность предприятия определяется не только количественными характеристиками производственного фактора «капитал» (числом зданий, машин, станков, транспортных средств и т. д.), но и его качеством. В современном производстве технологическое оборудование быстро «стареет» и, будучи физически неизношенным, уже не может обеспечить выпуск товаров, потребных рынку (моральное старение). Поэтому законодательство и деловые обычаи во многих случаях допускают ускоренную амортизацию оборудования, то есть ускоренное уменьшение капитала по его физическому и моральному износу.

Российское законодательство предоставляет участникам финансово-промышленных групп право самостоятельно определять сроки амортизации оборудования и накопления амортизационных отчислений. Субъекты малого предпринимательства вправе применять ускоренную амортизацию основных производственных фондов с отнесением затрат на издержки производства в размере, в 2 раза превышающем нормы, установленные для соответствующих видов основных фондов. Наряду с этим могут *списываться дополнительно* как амортизационные отчисления до 50 процен-

тов первоначальной стоимости основных фондов со сроком службы более 3 лет.

Следует иметь в виду, что при ускоренной амортизации капитала увеличивается доля дохода предприятия, относимая на себестоимость продукции, и, соответственно, сокращается прибыль. Таким образом, ускоренная амортизация эквивалентна освобождению части прибыли, направляемой на инвестиции в производство, от налога на прибыль.

Если при ускоренной амортизации предприятие сохраняет величину прибыли и повышает отпускную цену, то повышается добавленная стоимость и, соответственно, увеличивается сумма налога на нее. В этом случае экономическая нагрузка от введения ускоренной амортизации ложится на конечного потребителя продукции, так как продукция предлагается ему по более высокой цене.

Очевидно, что политика ускоренной амортизации оправдывается лишь в том случае, если она ведет к ускорению технологического обновления производства и существенному повышению качества и конкурентоспособности продукции. В противном случае потери несет или государство, или потребитель.

Инвестиции и их виды. Инвестициями являются денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции



С х е м а 1.4. Виды инвестиций в производство

и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе и на товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, *вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта.*

Инвестиционная деятельность — это *вложение инвестиций*, или инвестирование, и совокупность практических действий *по реализации инвестиций.*

Инвестирование в *создание и воспроизводство* основных фондов осуществляется *в форме* капитальных вложений.

Инвестиции в производство подразделяются на *{схема 1.4):*

✧ *инвестиции, идущие на возмещение* (реинвестиции) — замену изношенного или устаревшего оборудования. По объему соответствуют амортизационным отчислениям и служат сохранению величины капитала;

✧ *инвестиции, идущие на развитие производства:* на расширение и (или) повышение научно-технического уровня производства. Они подразделяются на *экстенсивные* капиталовложения (направлены на увеличение производственной мощности без изменения технологии или организации производства) и *интенсивные* (направлены на создание новых или переоснащение действующих производств на новой технологической основе). Эти инвестиции приводят к созданию нового реального капитала или увеличению действующего капитала;

✧ *инвестиции в запасы:* необходимость в них вызвана изменениями в размере средств производства. К таким инвестициям относят сырье, вспомогательные материалы, продукцию поставщиков и еще не проданную собственную продукцию. Изменения могут быть положительными (прирост), равными нулю и отрицательными (дезинвестиции).

§ 1.1.2. Область торгового оборота производственных активов

Торговый оборот — **объем сделок с товарами или другим имуществом, совершенных за определенный период.** Определяется как сумма цен реализованных товаров (имущества).

Активы — экономические ресурсы, задействованные в хозяйственных операциях компании, от которых в будущем ожидается полезный эффект. В баланс предприятия заносятся активы, находящиеся в его собственности (*собственные активы*), имеющие ценность и объективно измеряемые стоимостью. Активы, непосредственно участвующие в производственном процессе (в процессе производства конечного продукта), образуют класс *производственных активов*. Последние могут быть *собственными* и *заемными*. Суммарно собственные и заемные производственные активы образуют класс *привлеченных активов* — активов, которые предприятие как пользователь применяет в своей производственно-коммерческой деятельности.

В силу непрерывного изменения общественных потребностей и конъюнктуры рынка предприятия непрерывно обновляют производимую продукцию — сменяют модели (проекты), изменяют широту и структуру ассортимента, создают новые виды продукции, сужают или расширяют объем производства, переходят на новые технологии, изменяют технологическую специализацию и т. д. В соответствии с этим необходимо постоянно осуществлять изменение состава и структуры производственных активов, в противном случае будут иметь место снижение эффективности производства, потеря прибыли, снижение конкурентоспособности, уменьшение доли на рынке, ухудшение финансового состояния и так вплоть до разорения.

Например, в случае сокращения масштабов производства неизбежно полностью или частично замораживается использование части производственных активов и, если их не использовать по другому назначению, возрастают постоянные издержки производства (*см. рис. 1.4*), что ведет к увеличению критического объема производства и снижению прибыли или даже убыточности предприятия. В этом случае излишняя часть производственных активов должна быть продана или сдана в аренду, вплоть до продажи (сдачи в аренду) целых производств и предприятий компании. Если же масштабы производства целесообразно расширить, следует купить часть активов (производств, предприятий).

Стратегии роста и динамика активов. Различают несколько альтернативных стратегий роста, которыми руководствуются компании.

1. Стратегия интенсивного роста потенциала компании, реализация которой ведет к ежегодному существен-

ному повышению значений критериев достижения целей над уровнем предыдущего года. Стратегия роста имеет явно предпринимательский характер. Она применяется в динамично развивающихся отраслях, с быстроизменяющимися (плодотворными или изменчивыми) технологиями. Ее придерживаются компании, ориентирующиеся на расширение диверсификации деятельности. Рост может быть внутренним и внешним. Внутренний рост осуществляется за счет расширения ассортимента товаров или создания новых видов товара, пользующихся растущим спросом, путем приобретения активов и финансирования их за счет собственных или заемных средств. Внешний рост достигается включением компании в смежные отрасли производства путем слияния и присоединения компании или участия в других компаниях.

Самым простым шагом укрупнения является добровольное слияние на основании договора двух или нескольких обществ. В этом случае создается новое общество, которому передаются все права и обязанности слившихся обществ. Мотивом слияния обычно является выгода, которую получают акционеры всех этих обществ.

Присоединение компании осуществляется ее поглощением. Компания может быть поглощена посредством покупки другой компанией ее активов или акций. Компания-покупатель может приобрести все **активы** другой компании и оплатить покупку деньгами или акциями. Когда приобретаются только активы, *покупатель не берет на себя обязательств поглощаемой компании*. Если приобретаются все активы, то от прежней компании остается лишь ее форма. Поглощаемая компания может ликвидироваться (в этом случае полученные ею средства или акции распределяются среди ее акционеров как ликвидационный дивиденд) или продолжать существовать как качественно иная компания. Если продажа осуществлена за деньги, компания-продавец может приобрести новые активы. В данном случае продажа одних активов и покупка других выступает как *способ изменения технологической специализации производства*. В случае продажи активов за акции компания-продавец может сохраниться как компания-инвестор поглощающей компании. При покупке поглощающей компанией акций поглощаемой (присоединяемой) компании последняя *входит в состав* компании-покупателя со всеми своими активами и обязательствами. Средством возме-

щения потерь акционерам поглощаемой компании могут быть денежные выплаты или акции компании-покупателя.

Компании-покупателю легче приобретать до 50% активов компании-продавца, так как для совершения такой сделки достаточно единогласного решения совета директоров. На общее собрание акционеров этот вопрос выносится только в том случае, если не достигнуто единогласие в совете директоров. При покупке более 50% активов общества требуется решение общего собрания акционеров компании-продавца, принятое большинством в 3/4 голосов. Решение о реорганизации общества в форме слияния или присоединения принимается общими собраниями акционеров всех реорганизуемых обществ. Следует отметить также, что поглощение другой компании путем покупки ее активов или акций требует наличия у покупателя или получения им в кредит крупных денежных сумм или осуществления дополнительной эмиссии акций. Гораздо легче получить выгоду за счет приобретения контрольного пакета акций, постепенно и выгодно скупая акции.

2. Стратегия ограниченного роста потенциала компании, которой придерживается большинство фирм. Для этой стратегии характерно установление целей от достигнутого, скорректированных с учетом инфляции. Стратегия ограниченного роста применяется в зрелых отраслях промышленности со статичной технологией, когда организация в основном удовлетворена своим положением. Компании выбирают данную альтернативу потому, что это самый легкий, наиболее удобный и наименее рискованный способ действия. Если фирма была прибыльной в прошлом, придерживаясь стратегии ограниченного роста, то, скорее всего, она будет следовать этой стратегии и впредь.

Для такой стратегии характерна ограниченная динамика производственных активов: покупка отдельных производств или отдельных элементов технологической системы в целях умеренного наращивания производственной мощности, замена физически или морально изношенных активов, а также продажа или сдача в аренду отдельных производств и активов, переставших представлять интерес для компании или временно неиспользуемых.

3. Стратегия сокращения (стратегия последнего средства), в которой уровень преследуемых целей устанавливается ниже достигнутого в прошлом. Для многих компаний сокращение может означать здоровый путь рационализации

и переориентации деятельности. В рамках альтернативы сокращения может быть несколько вариантов:

❖ **ликвидация**, то есть полная распродажа материальных запасов и активов и ликвидация задолженности;

❖ **продажа излишних подразделений**, что освобождает компанию от невыгодных производств или иных видов деятельности и дает возможность переключиться в перспективе на более выгодные виды деятельности;

❖ **сокращение и переориентация** (избавление от «груза»), когда сокращение одних производств дает возможность повысить прибыльность других.

К стратегиям сокращения прибегают чаще всего, когда показатели деятельности компании продолжают ухудшаться, при экономическом спаде или просто для спасения организации.

Стратегии сочетания всех альтернатив роста скорее всего придерживаются крупные фирмы, активно действующие в нескольких отраслях. Стратегия сочетания представляет собой объединение любых из трех упомянутых стратегий — ограниченного роста, роста и сокращения.

Распространенной формой динамики производственных активов является аренда у других субъектов хозяйствования их активов или передача им в аренду своих временно свободных или подлежащих в дальнейшем реализации активов.

Аренда — это форма привлечения активов на основании договорных, срочных возмездных условий использования арендатором имущества — объекта аренды, который принадлежит на правах собственности другому лицу — *арендодателю*, за *арендную плату*. Объектами аренды являются *недвижимость (земля и капитальные активы — здания, сооружения и другие объекты)* и *движимое имущество*.

В арендуемых производственных активах могут быть выделены объекты лизинга, **рентинга**, чертера, хайринга, концессии, селенга, найма, проката.

Лизинг — это способ финансирования инвестиций или кредитования, основанный на своеобразной долгосрочной аренде имущества *лизингополучателем* при сохранении безусловного права собственности за *лизингодателем* (лизинговой компанией).

Лизинг имеет разнообразные формы, типы и виды. Например, *возвратный лизинг (лиз-бэк)* представляет собой продажу собственником-производителем оборудования, машин, установок лизинговой компании в целях мобилиза-

ции денежных средств с условием получения этого имущества в **лизинг**.

В классическом лизинге имеет место трехсторонний характер взаимоотношений: *лизингодатель, лизингополучатель, продавец* (поставщик) *имущества*. Лизинговая операция осуществляется по следующей схеме.

Будущий лизингополучатель нуждается в некотором имуществе, для приобретения которого у него нет свободных финансовых средств. Тогда он находит лизинговую компанию, которая располагает достаточными финансовыми средствами, и обращается к ней с деловым предложением о заключении лизинговой сделки. Согласно этой сделке, лизингополучатель выбирает продавца, располагающего требуемым имуществом, а лизингодатель приобретает его в собственность по договору купли-продажи и передает лизингополучателю по договору финансовой аренды во временное пользование за оговоренную в договоре плату. По окончании договора в зависимости от его условий имущество возвращается лизингодателю или переходит в собственность лизингополучателя.

Рентинг — это краткосрочная аренда оборудования, машин, установок без передачи права собственности на объект аренды арендатору.

Чертер — один из видов международных операций, связанных с арендой, — краткосрочная аренда (до одного года) оборудования, машин, установок.

Хайринг — своеобразная среднесрочная аренда оборудования без передачи прав собственности на объект аренды арендатору; форма кредитования экспорта.

Концессия — это уступка права пользования собственностью в предпринимательских целях в течение срока, предусмотренного договором. Это также сдача в эксплуатацию, передача концессионеру управления предприятием, передача права на разработку ресурсов, принадлежащих государству либо муниципальным властям. Концессионер обязан представить арендодателю (собственнику) бизнес-план и гарантию.

Наем — предоставление одной стороной (наймодателем) другой стороне (нанимателю) имущества — актива за определенную плату на определенный срок (не более 10 лет) по договору найма.

Селенг — форма имущественных отношений, построенных на обязательстве, регламентируемом договором имуще-

ственного найма и состоящем в передаче селенг-компания собственником своих прав на пользование или распоряжение его имуществом (активами) за определенную плату.

Прокат — это передача имущества (актива) во временное пользование — один из видов найма, при котором наниматель не предоставляет наймодателю банковскую гарантию для обеспечения платежа.

В арендных отношениях предприятие выступает как в качестве арендатора, привлекая активы, необходимые ему для формирования производственного потенциала, так и в качестве арендодателя, передавая в аренду на тот или иной срок временно свободные или освободившиеся, но трудно реализуемые активы.

Ликвидность производственных активов. В политике управления активами важно учитывать ликвидность активов. Ликвидность — это способность ценностей превращаться в деньги, являющиеся абсолютно ликвидными средствами. Ее можно рассматривать с двух сторон: как время, необходимое для превращения актива в денежную форму, и как вероятность продать актив по определенной цене.

Ликвидность производственных активов зависит от их научно-технического уровня, физического и морального износа, а также от спроса и предложения на данные активы на рынке факторов производства. Во время экономического спада на рынке появляется много продавцов физически и (или) морально изношенного технологического оборудования, устаревших производств и целых предприятий. Такие активы могут оказаться малоценными (малодоходными) или нереализуемыми и обладать поэтому низкой ликвидностью или быть неликвидными. При структурной перестройке экономики или отрасли производства на рынке появляются также активы, имевшие высокую ценность, но потерявшие ее полностью или частично вследствие отмирания потребностей в товарах, для производства которых они были созданы, обладающие ограниченной конвертируемостью по другому назначению, или совсем не обладающие этим свойством. Если активам присуще свойство конвертируемости (для их включения в другие технологии), то ценность таких активов может быть восстановлена.

При формировании политики товарооборота активов необходимо различать ценные, доходные и нереализуемые активы.

Ценные активы — активы, имеющие ценность (стоимость). Благодаря этому их основному свойству они обладают способностью приносить новую стоимость — прибыль.

Доходные активы — активы, способные приносить доход (не обязательно прибыль).

Нереализуемые активы — активы, потерявшие свою стоимость: пришедшие в негодность в силу порчи, физического и (или) морального износа или потерявшие назначение в силу отмирания потребности в товарах, для производства которых они предназначались, и не обладающие свойством конвертируемости по другому назначению.

Основным коммерческим правилом в товарообороте производственных активов, по-видимому, должно быть: *покупать ценные активы или активы, ценность которых может быть восстановлена или даже повышена при их включении в технологическую систему предприятия (ликвидность которых сохранится хотя бы в среднесрочной перспективе); продавать высвобождающиеся активы, когда они еще обладают свойством ликвидности, то есть еще представляют ценность или их ценность может быть восстановлена при включении в другую технологию.*

Эффект синергизма. Восстановление и повышение ценности и конвертируемости активов при их включении в другую технологическую систему достигается в случае, когда включение этих активов повышает рыночную стоимость технологической системы в целом, то есть имеет место эффект синергизма, иллюстрируемый алогизмом: $2 + 2 = 5$ [*новая стоимость технологической системы > (старая стоимость + стоимость включенных активов) на величину эффекта от улучшения свойств системы*].

При реализации производственных активов может иметь место эффект обратного синергизма: $4 - 2 = 3$, когда исключение реализуемых активов из технологической системы одного предприятия и включение в технологическую систему другого предприятия улучшает системные свойства и повышает эффективность обеих систем. В этом случае предприятие-покупатель готово заплатить за данные активы более высокую цену, чем их первоначальная оценка владельцем. Предприятие-продавец имеет, таким образом, двойную выгоду: выгода от повышения эффективности технологической системы + выгода от повышенной оценки стоимости реализуемых активов предприятием-покупателем. Как видно, продажа высвобождающихся про-

изводственных активов может быть обоюдовыгодной для покупателя и продавца.

Отсюда следует еще одно коммерческое правило: *покупайте активы, приносящие предприятию-покупателю эффект синергизма, и продавайте активы, которые приносят предприятию-продавцу эффект обратного синергизма, а предприятию-покупателю в то же время эффект синергизма.*

При покупке предприятия его оценка осуществляется по большому числу показателей, к которым относятся:

❖ **параметры капитализации** (права акционеров и владельцев ценных бумаг, соглашения акционеров и их условия, распределение акций, надежность банков и средние остатки на счетах, оценка кредитоспособности);

❖ **параметры персонала** (характеристика дирекции и высших руководителей, оргструктура, условия контрактов с работниками, численность работников, условия контрактов с профсоюзами, социальный климат, рынок труда, обязательства перед персоналом);

❖ **параметры основной деятельности** (производственные мощности и их использование, характеристика системы управления, основные поставщики и условия поставок, методы и условия распределения произведенной продукции, характеристика филиалов и дочерних компаний, условия государственных контрактов, сезонные факторы);

❖ **параметры деятельности по реализации** (описание рынков, характеристика клиентов, объем продаж, степень проникновения на рынок, возможности увеличения продаж, невыполненные заказы, дебиторская задолженность, сбытовая политика, ценовая политика, основные конкуренты, ассортиментная политика, меры по стимулированию реализации, новые модели продукции, исследовательские программы, новые разработки);

❖ **прибыли и дивиденды** (точка безубыточности, объем валовой прибыли, причины изменений издержек производства и прибыли, дивидендная политика, цена акции/прибыль на акцию, цена акции/балансовая стоимость компании, влияние усилий компании на прибыль);

❖ **земля, промышленные здания, сооружения, оборудование** (налоги на недвижимость, площади, затраты, оценочная стоимость, рыночная стоимость, возраст и состояние, политика амортизации, страховое обеспечение, эффективность оборудования, обновление, капитализация и ремонтная по-

литика, издержки в производстве, условия контрактов или соглашений об аренде, избыток зданий и оборудования);

✧ активы (соотношение денежных средств и текущих обязательств, срок и число счетов к получению, резерв по сомнительным долгам, динамика запасов, анализ векселей к получению, анализ инвестиций, показатели дочерних компаний);

✧ обязательства (пересмотр обязательств, федеральные и региональные налоги, заказы на новые производственные активы, долгосрочные займы и их условия, необеспеченные долговые обязательства и их условия, невыплаченные дивиденды и проценты, площадь и общая стоимость арендованного имущества, страховое обеспечение, условные обязательства, нарушения обязательств, потерянные контракты, судебные процессы и их текущее состояние);

✧ финансовые показатели в их динамике (финансовые и аудиторские отчеты, налоговые декларации, превышение прибыли над убытками, вложение средств, причины объединений с другими компаниями и их показатели, балансовая, чистая, быстрореализуемая, ликвидационная и рыночная стоимости производственных активов, оборотный капитал, годовой износ основных фондов в сопоставлении с приростом капитала, оборачиваемость запасов, процентные выплаты, фондовые биржи, цена акций компании при последних продажах);

✧ сопоставление со сравнимыми компаниями (цена акции/прибыль на акцию, цена акции/балансовая стоимость, объем продаж/дебиторская задолженность, объем продаж/запасы, фондоотдача, рентабельность предприятия);

✧ условия поглощения (причины и цена продажи, условия платежа, финансирование, брокерская комиссия, налоговые соображения);

✧ прогноз финансовых показателей (баланса, прибыли).

§ 1.1.3. Формирование потенциала прибыльности

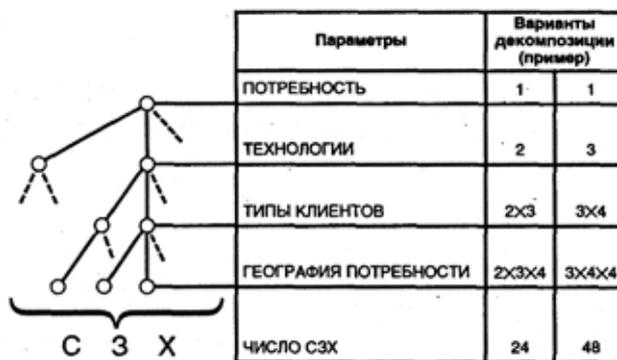
Важное значение в повышении финансовой устойчивости предприятия имеет формирование потенциала прибыльности, определяемого будущим конкурентным статусом предприятия (КСФ), то есть его возможными позициями в конкуренции в стратегических зонах хозяйствования.

Стратегическая зона хозяйствования (СЗХ) — это отдельный сегмент окружения компании, на который она имеет или хочет получить выход. Параметрами выделения СЗХ из внешней среды компании являются:

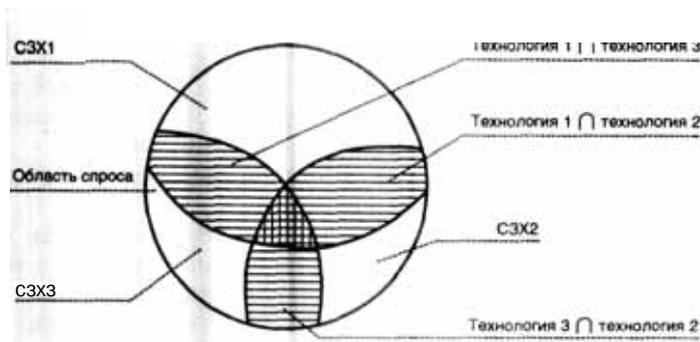
- ◇ определенная потребность (например, потребность в теплой одежде);
- ◇ технология, посредством которой эта потребность может быть удовлетворена (очевидно, что потребность в теплой одежде может быть удовлетворена использованием технологий текстильной, кожевенной и меховой промышленности);
- ◇ тип клиента (например, население, социальные организации, государственные организации);
- ◇ география потребности (этот параметр важен, в первую очередь, с точки зрения стадии жизненного цикла спроса и уровня удовлетворения спроса).

Порядок выявления стратегических зон хозяйствования по указанным параметрам приведен на *рис. 1.5*. Как видно из этого рисунка, в условиях удовлетворения одной потребности 3-4-х типов клиентов и использованием 2-3-х технологий при деятельности компании в 4-х географических районах образуется $24 \div 48$ СЗХ. По опыту фирм США такое количество СЗХ типично для большинства крупных и многих средних компаний с широкой диверсификацией деятельности.

Одна и та же потребность может быть удовлетворена при различных технологиях производства продукции (*рис. 1.6*) и различном их наборе. Искусство определения набора



Р и с. 1.5. Формирование стратегических зон хозяйствования



Р и с. 1.6. Источники синергического эффекта при взаимодействии СЗХ (∩ — знак пересечения)

технологий при выделении СЗХ заключается в том, чтобы обеспечить компании *достижение синергического эффекта от их взаимодействия*. Проявление синергического эффекта возможно также при взаимодействии стратегических зон хозяйствования, поэтому одной из задач управления является организация такого взаимодействия.

При плодотворной технологии в жизненном цикле спроса осуществляется ряд последовательно меняющихся технологий, вследствие чего один и тот же вид продукции какое-то время изготавливается в двух технологиях — старой и новой. Возникает другая важная задача управления — *определение пропорций и темпов свертывания одного производства и развития другого производства* (ухода компании из одной зоны хозяйствования в другую).

Изменение условий конкуренции по жизненному циклу спроса приводит к необходимости целевого управления набором СЗХ (в отличие от управления набором отраслей производства при диверсификации). Критериями такого управления являются:

1. Перспективы роста, которые должны быть выражены не только темпами роста, но и характеристикой жизненного цикла спроса.
2. Перспективы рентабельности, которые не совпадают с перспективами прибыли, так как имеются убедительные примеры процветания зарубежных компаний без прибыли.
3. Ожидаемый уровень нестабильности, при котором перспективы теряют определенность и могут измениться.
4. Главные факторы успешной конкуренции в будущем, которые определяют успех в СЗХ.

Критерии и факторы целевого управления набором СЗХ показаны в *табл. 1.1.*

Т а б л и ц а 1.1.

Критерии	Определяющие факторы
1. Рост спроса	Фаза развития спроса Размеры рынка Покупательная способность Торговые барьеры
2. Рентабельность капитала	Привычки покупателей Состав конкурентов Интенсивность конкуренции Каналы сбыта Государственное регулирование
3. Нестабильность внешней среды	Экономическая Рыночная Конкурентная Международных отношений Технологическая Социально-политическая
4. Успех в конкуренции	НТУ производственного процесса Синергизм СЗХ Мотивы конкуренции и кооперации Стратегии маркетинга Предпринимательские реакции

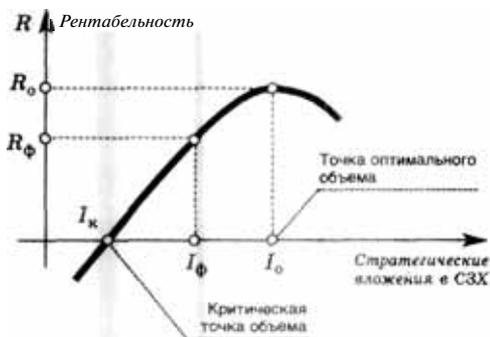
Конкурентный статус фирмы

КСФ определяется уровнем стратегических капиталовложений (K_1), степенью оптимальности (будущей эффективностью) действующей стратегии (K_2) и уровнем возможностей (потенциалом) фирмы

Уровень стратегических капиталовложений. Рентабельность деятельности компании в каждой СЗХ будет пропорциональна сделанным в эту зону капиталовложениям в основные производственные фонды, в разработку продукции, обеспечение рыночных позиций и в управление.

График на *рис. 1.7* показывает, что существует некоторый критический объем капиталовложений $I_{к}$, который не приносит дохода, и имеется оптимальный объем $I_{о}$, при котором рентабельность капитала достигает максимального значения. Дальнейшие вложения не приносят повыше-

ния рентабельности в связи с замедлением реакции на изменения внешней среды и бюрократизацией крупной компании. Конкурентный статус фирмы (отдельной СЗХ) будет зависеть от того, в какой степени достигнут уровень оптимальной рентабельности.



Р и с. 1.7. Рентабельность и стратегические капиталовложения

При фактическом объеме капиталовложений I_{Φ} уровень стратегических капиталовложений определяется по формуле:

$$K_1 = \frac{R_{\Phi}}{R_0} = \frac{I_{\Phi} - I_K}{I_0 - I_K}.$$

Оценку этого показателя начинают с определения затрат, которые входят в состав капиталовложений. К ним относятся:

- ✦ **вложения в мощности** (в основные производственные фонды, НИОКР, сбытовую и сервисную сеть, маркетинг);
- ✦ **вложения в стратегию** (затраты на стратегическое планирование, обследование рынков, разработку и освоение производства новой продукции);
- ✦ **вложения в потенциал фирмы** (наем и обучение персонала, приобретение технологии, создание и оснащение подразделений управления)

ПРИМЕР. Пусть $I_K = 0,25I_0$, $I_{\Phi} = 0,5I_0$. Тогда:

$$K_1 = \frac{0,5I_0 - 0,25I_0}{I_0 - 0,25I_0} = \frac{0,25I_0}{0,75I_0} = 0,333.$$

Если же выбран проект, в котором $I_K = 0,2I_0$, а фактический уровень капиталовложений повышен до $I_{\Phi} = 0,6I_0$, получим:

$$K_1 = \frac{0,6I_0 - 0,2I_0}{I_0 - 0,2I_0} = \frac{0,4I_0}{0,8I_0} = 0,5.$$

Если фактические капиталовложения в этот проект повысить до величины оптимальных капиталовложений $I_{\Phi} = I_0$, то:

$$K_1 = \frac{I_0 - 0,2I_0}{I_0 - 0,2I_0} = 1,0.$$

Данный пример наглядно показывает, что чем ближе фактический объем капиталовложений к оптимальному и чем меньше их критический объем, тем выше уровень стратегических капиталовложений и, следовательно, выше потенциал прибыльности.

Будущая эффективность действующей стратегии.

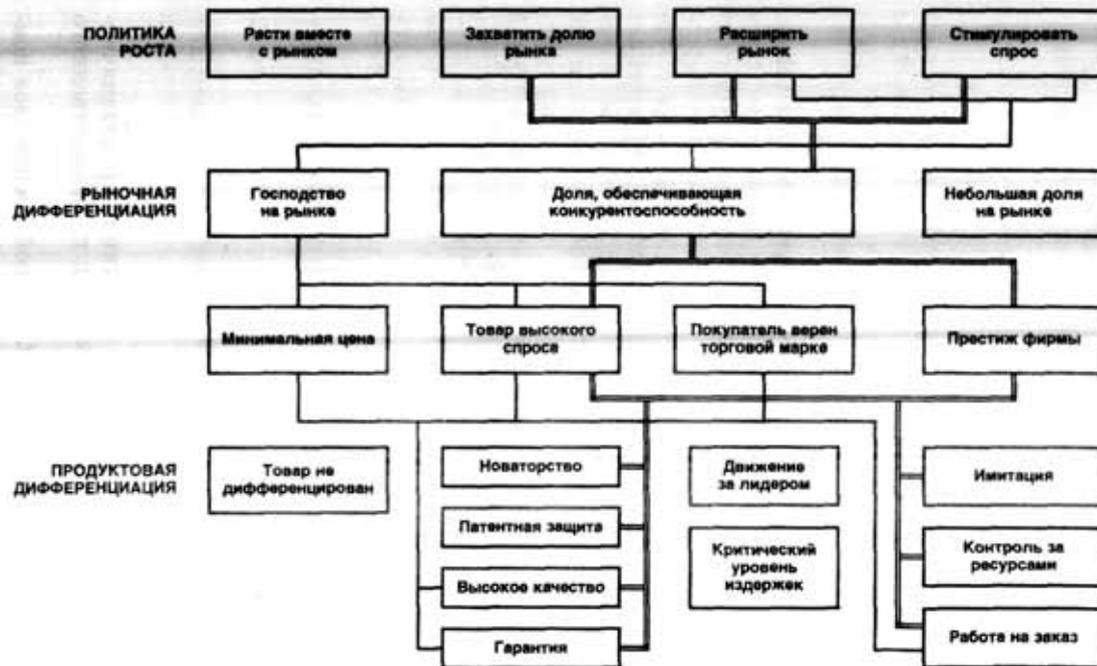
В основу оценки будущей эффективности действующей стратегии при определении позиции фирмы в конкуренции положена оценка эффективности конкретных стратегий роста и конкуренции на рынке. Конкурентная стратегия в значительной мере характеризуется продуктовой дифференциацией, определяющей особенности продукции фирмы, и рыночной дифференциацией, определяющей особенности положения предприятия на рынке. Третья составляющая конкурентной стратегии — способы обеспечения роста объема продаж — является общей с конкретной стратегией роста.

Схема 1.5 иллюстрирует конкурентные стратегии, проводимые компанией в двух СЗХ, на примере ОАО «Текстиль».* Эта компания сегментировала свою деятельность по видам выпускаемых тканей и типам клиентов на 4 стратегические зоны хозяйствования:

- ◆ СЗХ «Силовые структуры» — ткани для обмундирования военнослужащих;
- ◆ СЗХ «Форменная одежда» — ткани для форменной одежды различного назначения;
- ◆ СЗХ «Товары народного потребления» — ткани для швейного производства изделий широкого потребления и для индивидуального потребителя;
- ◆ СЗХ «Ткани технические» — ткани, предназначенные для различных технических нужд производственного назначения.

Как видно из схемы, каждой СЗХ свойственна своя конкурентная стратегия, хотя эти стратегии имеют и общие

* Наименование условное.



С х е м а 1.5. Определение стратегии ОАО «Текстиль» в конкуренции

— СЗХ «Силовые структуры»; ══ СЗХ «Товары народного потребления»

элементы. Для стратегии роста характерна политика захвата доли на рынке или расширения рынка. Все СЗХ проводят политику стимулирования сбыта. В целом, компания ориентируется на активную политику роста (без одновременного расширения рынка).

В рыночной дифференциации имеет место наибольший разброс целей политики: от завоевания небольшой доли на рынке до господства на нем. Политикой снижения цены компания стремится получить господство на рынке тканей для силовых структур. Реализуя эту же политику, она старается привлечь потребителей технических тканей, имея пока небольшую долю на данном рынке. Все СЗХ ориентируются на выпуск товара высокого спроса.

В продуктовой дифференциации все СЗХ рассчитывают на новаторство, высокое качество товара и гарантии качества. Характерно, что ни в одной из СЗХ компания не считает возможным двигаться за лидером.

Приведенные примеры показывают, что эффективность стратегии может быть обеспечена лишь при условии, если *частные субстратегии взаимосовместимы и поддерживают друг друга.*

Для того чтобы определить степень оптимальности действующей стратегии S_{Φ} , характеризующейся набором факторов политики роста, продуктовой и рыночной дифференциации, необходимо сформировать оптимальную стратегию компании в будущем S_0 и сопоставить эти стратегии. Для формирования оптимальной стратегии следует сформировать несколько альтернативных стратегий S_1, S_2, S_3, \dots и выбрать такую из них, которая ближе к S_{Φ} , то есть к которой компании легче всего перейти.

Шансы на будущий успех той или иной стратегии, которую предприятие проводит в данный момент времени, можно оценить, используя следующий алгоритм:

1. Ознакомиться с *табл. 1.6* и *1.7*, в которых представлены факторы роста и рентабельности стратегических зон хозяйствования, после чего экспертно определить, какие факторы принесут успех предприятию в ближайшие 3-5 лет, и вписать их в *графу 1 табл. 1.2*.

2. Используя *схему 1.5*, выбрать факторы, которые наилучшим образом характеризуют действующую стратегию предприятия (*графа 2 табл. 1.2*).

3. Учитывая то, что обычно существуют несколько возможных стратегий, связанных логически с политикой рос-

та, рыночной и продуктовой дифференциацией, следует построить два-три альтернативных варианта возможных стратегий успеха в будущем (подобно *схеме 1.5*) и вписать эти стратегии в соответствующие графы *табл. 1.2*.

4. Оценить экспертно степень тождественности (α_i) каждого фактора (группы факторов) действующей стратегии факторам альтернативных стратегий успеха в будущем ($1,0 > \alpha_i > 0$). Например, в условиях большой продолжительности жизненного цикла спроса и короткого времени разработки новой продукции стратегия достижения высокого качества без новаторства и патентной защиты не может обеспечить завоевание требуемой доли рынка и конкурентоспособность продукции, поэтому фактор действующей стратегии «Высокое качество» в сопоставлении с совокупностью факторов «Новаторство», «Патентная защита», «Высокое качество» стратегии успеха в будущем (S_1) оценивается значением 0,6, а фактор «Гарантия» по отношению к факторам «Новаторство» и «Патентная защита» — значением 0,7.

5. Определить уровень будущей эффективности (оптимальности) действующей стратегии по отношению к каждому альтернативному варианту возможных стратегий успеха по формуле:

$$K_{2j} = \frac{S_\Phi}{S_j} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} \alpha_{ij}}{n_j}; \quad 1,0 \geq K_{2j} \geq 0,$$

где n — число учитываемых факторов успеха действующей стратегии; j — номер альтернативной стратегии успеха в будущем.

6. Выбрать из альтернативных стратегий ту, которая в наибольшей степени ориентирована на факторы успеха в будущем и к которой предприятие готово перейти (оптимальная стратегия S_0). В данном примере в качестве оптимальной выбрана стратегия S_1 . Уровень будущей эффективности действующей стратегии по отношению к ней равен 0,74, что свидетельствует о наличии у предприятия существенных резервов повышения эффективности стратегии (определение показателя K_2 для стратегии успеха S_2 в *табл. 1.2* не показано).

Потенциал компании. Потенциал компании показывает, насколько она располагает возможностями для реализации стратегии. Потенциал компании можно представить как совокупность ее потенциалов деятельности по

Т а б л и ц а 1.2. Определение будущей эффективности действующей **стратегии**¹

Факторы успеха в будущем	Действующая стратегия, S_0	Стратегии успеха в будущем		S_1/S_0 **
		$S_1 \sim S_0$		
Политика роста				
1. Умеренный прирост численности потребителей	1. Расширение рынка	1. Захватить долю рынка	1. Растти вместе с рынком	0,5
2. Повышение степени устаревания продукции в оценке потребителя	2. Стимулирование спроса	2. Стимулировать спрос	2. Стимулировать спрос	1,0
3. Повышение степени обновления продукции				
4. Повышение степени обновления технологии				
5. Снижение уровня насыщения спроса				
Рыночная дифференциация				
1. Существенное колебание цен	1. Господство на рынке	1. Сосредоточение внимания на доле рынка, в которой предприятие способно обеспечить конкурентоспособность	1. Небольшая доля на рынке	0,6
2. Низкий уровень спроса по отношению к мощностям	2. Минимальная цена		2. Минимальная цена	0,6
3. Высокая стабильность структуры рынка	3. Товар высокого спроса			1,0
4. Умение преодолевать высокую агрессивность ведущих конкурентов	4. Расчет предприятия на то, что покупатель верен торговой марке	2. Престиж фирмы		0,7
5. Низкая степень удовлетворения потребностей		3. Товар высокого спроса		
Продуктовая дифференциация				
1. Большая продолжительность жизненного цикла спроса	1. Высокое качество	1. Новаторство	1. Товар не дифференцирован	0,6
2. Короткое время разработки новой продукции	2. Гарантии	2. Патентная защита	2. Высокое качество	0,7
3. Небольшие расходы на НИОКР	3. Работа на заказ	3. Высокое качество	3. Высокое качество	1,0
4. Сильное давление потребителей		4. Работа на заказ	3. Работа на заказ	
Уровень будущей эффективности действующей стратегии				0,74

* На примере стратегии компании «Текстиль», проводимой ею в СЗХ «Силовые структуры» (схема 1.5)

** Уровень тождественности действующей стратегии по отношению к оптимальной

функциям, то есть совокупность потенциалов: общего (стратегического) управления, оперативного управления, НИОКР, производства, маркетинга. Влияние каждой из этих функций на успех компании определяется рядом параметров (факторов и механизмов управления), версия которых приводится в *табл. 1.3*.

Для оценки уровня возможностей компании K_3 можно использовать тот же прием, что и при оценке степени оптимальности действующей стратегии:

1. Составить перечень параметров (P_d), характеризующих действующий потенциал компании C_Φ (по группам функций).

2. Составить перечень параметров (P_o), характеризующих будущий потенциал компании C_o , необходимый для реализации оптимальной стратегии.

3. Оценить экспертно степень соответствия текущих параметров и параметров будущего, исходя из того, что:

$$P_{oi} = \beta_j P_{di} : \quad 1.0 \geq \beta_j \geq 0.$$

4. Определить среднее значение β_j по каждой j -й функции предприятия:

$$\beta_j = \frac{\sum_{i=1}^n \beta_{ji}}{n},$$

где n — число параметров, определяющих потенциал данной функции.

5. Определить уровень возможностей компании:

$$K_3 = \frac{C_\Phi}{C_o} = \frac{\sum_{j=1}^m \beta_j}{m},$$

где m — количество учитываемых функции предприятия.

Таким образом,

КОНКУРЕНТНЫЙ СТАТУС КОМПАНИИ (ФИРМЫ)	уровень — стратегичес- ких капита- ловложений	степень оптималь- ности стратегии	уровень возможно- стей компании
---	--	--	--

то есть

$$КСФ = \frac{I_\Phi - I_K}{I_o - I_K} \cdot \frac{S_\Phi}{S_o} \cdot \frac{C_\Phi}{C_o}.$$

Если принять каждый из сомножителей для наглядности равным поочередно 0,8; 0,5 и 0,25, то получим следующие значения $КСФ$, характеризующие силу позиции компании в конкуренции:

Т а б л и ц а 1.3.
Факторы, определяющие потенциал компании (версия)

Функции компании	Составляющие потенциала функции
1. Общее (стратегическое) управление	Эффективность деятельности; темпы роста объема производства; структура деятельности; радикальность нововведений; оптимальность стратегии; социальная зрелость коллектива; уровень технологии; степень предпринимательства; программно-целевое управление; творческий стиль руководства
2. Оперативное управление	Скоординированность целей деятельности; формирование механизмов управления; взаимодействие по вертикали и горизонтали; творческий потенциал линейных руководителей и специалистов; система ответственности; финансовое состояние; механизм самофинансирования; механизм заемных средств; предпринимательские реакции; участие трудящихся в управлении
3. НИОКР	Собственная система научно-технического развития; внешняя часть системы научно-технического развития; материально-техническая база НИОКР; структура работ; полезный выход; творческий потенциал специалистов; мотивация нововведений; мотивы конкуренции и кооперации; преобразующие нововведения; рутинные нововведения; адаптация к требованиям рынка; конвейер нововведений; развитие системы продукции; развитие технологии; проектирование зданий и сооружений
4. Производство	Производственная и конкурентная реакции; ритмичность; бездефектность; гибкость смены моделей; адаптация технологии; износ и исправность технологического оборудования; мотивация труда; трудовые отношения; квалификация рабочих кадров; управление запасами; материально-техническое снабжение; складирование и распределение продукции
5. Маркетинг	Исследование рынков; изменение каналов сбыта и поставки; стабильность сбыта и поставок; реклама; обслуживание продукции у потребителя; структура заказов; дифференциация продукции; привитие новых потребностей; имидж компании у потребителя

$0,8 \cdot 0,8 \cdot 0,8 = 0,512$ и выше — сильная позиция;
 $0,5 \cdot 0,5 \cdot 0,5 = 0,125$ и выше — недостаточно сильная позиция;
 $0,25 \cdot 0,25 \cdot 0,25 = 0,016$ — слабая позиция.

На основе этих оценок *КСФ* можно определить следующие интервалы для трехмерной матрицы выбора стратегических позиций в конкуренции:

от 0 до 0,1 — слабая позиция СЗХ;
 от 0,1 до 0,5 — недостаточно сильная позиция СЗХ;
 от 0,5 до 1,0 — сильная позиция СЗХ.

§ 1.2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ВЫБОР ПОЗИЦИИ В КОНКУРЕНЦИИ

, современных условиях одним из решающих факторов
 • успеха/неуспеха коммерческой деятельности является усиливающаяся нестабильность внешней среды предприятия: события становятся все более непривычными и их невозможно узнать на основе прошлого опыта; повышаются темпы изменений, которые значительно превосходят скорость ответной реакции предприятия; возрастает частота появления неожиданных событий, внезапных изменений, их непредсказуемость. В таких условиях становится невозможным осуществлять управление коммерческой деятельностью путем реакции на уже возникшие проблемы на основе предшествующего опыта или его экстраполяции. Для своевременной и эффективной ответной реакции необходимы предвидение, исследования и творчество. Эти методы требуют усиления мотивов предпринимательства, а также использования специфических моделей принятия и реализации решений, имеющих важные долгосрочные последствия (стратегических решений).

Ведущими мотивами предпринимательства являются:

- ❖ мотивы предпринимательских реакций;
- ❖ мотивы внутрифирменного предпринимательства;
- ❖ мотивы конкуренции и кооперации в развитии продукции и технологии;
- ❖ мотивы предпринимательского риска.

Эти и другие мотивы предпринимательства способствуют трансформации предприятий природного типа в предприятия предпринимательского типа.

Для оптимизации прибыли в коммерческой деятельности предприятия предпринимательского типа важное значение имеют **мотивы** предпринимательских реакций и предпринимательского риска.

К наиболее известным моделям принятия стратегических решений (стратегического управления) относятся модели стратегического планирования, выбора стратегических позиций в конкуренции, управления на основе ранжирования стратегических задач и управления по слабым сигналам. Основной моделью для оптимизации прибыли в краткосрочной и долгосрочной перспективе является модель выбора стратегических позиций предприятия (компания, фирмы) в конкуренции.

§ 1.2.1. Предприятие предпринимательского типа

В рыночной экономике важным условием достижения предприятием успеха и условием его развития являются предпринимательство и предпринимательский стиль деятельности.

Предпринимательство — это *поиск новых сфер рационализации и выгодного вложения ресурсов, осуществление новых комбинаций в производстве, движение на новые рынки, создание новых продуктов*. Оно нацелено на получение прибыли *сверх среднего уровня* путем наиболее полного удовлетворения потребностей на основе достижения успеха и лидерства в той или иной сфере экономической деятельности — в создании новой продукции и технологии, в производстве или маркетинге. Неотъемлемой частью предпринимательства являются предвидение, обоснованный риск и стратегическое управление. В силу этого предпринимательство становится активным фактором развития производства.

Предпринимательский стиль деятельности значительно отличается от широко распространенного приростного стиля, который направлен на минимизацию отклонений от традиционного поведения как внутри предприятия, так и в отношениях с поставщиками, смежниками, потребителями. Привитие организации (владельцам собственности, руководству, ядру акционеров) предпринимательского стиля поведения связано с далеко идущими изменениями в мотивации деятельности, организационной структуре, сис-

теме управления, уровне подготовки руководителей и специалистов как менеджеров, стиле руководства.

Если на предприятии прочно укрепился природный стиль поведения, при котором сколь-либо существенные изменения признаются нежелательными, шансы на успех его деятельности будут понижаться по мере развития конкуренции. Чтобы представить себе, в каком направлении надо действовать для перехода к предпринимательскому стилю поведения, сравним характеристики деятельности предприятий природного и предпринимательского типов (табл. 1.4).

Цели предприятия. Природное поведение предполагает оптимизацию прибыльности применительно к сложившимся условиям работы предприятия. Для предпринимательского поведения характерно стремление *повысить потенциал прибыльности*, что достигается непрерывной цепью нововведений как технологического, так и организационного характера.

Пути достижения целей. Предприятие природного типа ориентируется на прошлый опыт, экстраполируя его на условия деятельности в настоящее время. Предприятие предпринимательского типа определяет путь достижения цели на основе оценки возможностей получения прибыли и повышения качества управления.

Ограничения. При природном стиле поведения ограничения определяются окружающей средой и внутренними возможностями предприятия. Для предпринимательского стиля характерна *способность изменять окружающую среду* (например, подбирать нужных поставщиков сырья и технологического оборудования или изменять характер взаимодействия с ними), *создавать новые рабочие места, реагировать на различные способы поведения как внутри, так и вне предприятия* (например, изменение поведения потребителя или конкурента на рынке воспринимается как сигнал о необходимости конкурентной, инновационной или предпринимательской реакции; сопротивление персонала нововведениям преодолевается усилением социальной ориентации нововведений и т. п.).

Система поощрений и взысканий. На предприятии природного типа поощряется стабильность, результаты прошлой деятельности. На предприятии предпринимательского типа *поощряются творчество и инициатива* и применяются взыскания за отсутствие инициативы.

Информация. Для приростного стиля достаточна внутренняя информация о ходе и результатах деятельности и внешняя информация о долгосрочном объеме возможностей. Для предпринимательского стиля требуется *внутренняя информация о возможностях* (а не о результатах) и *внешняя — о глобальном объеме возможностей*.

Характер проблем. Приростное поведение не выходит за рамки повторяющихся, знакомых проблем. Предпринимательское поведение *имеет дело с новыми, неповторяющимися проблемами*.

Стиль руководства. Для приростного стиля руководства характерно стремление к популярности и достижению единства подходов. Для предпринимательского стиля — *допущение рискованных действий и умение вдохновлять людей на восприятие изменений*.

Организационная структура. Для предприятия приростного стиля характерна стабильная или расширяющаяся оргструктура и организация деятельности в соответствии с технологическим процессом переработки ресурсов. Оно стремится к экономии на масштабах производства. Различные виды деятельности связаны слабо. Для предприятия предпринимательского стиля характерна *гибкая организационная структура и организация деятельности в соответствии с проблемами*. Различные виды деятельности (НИОКР, производство, маркетинг; управление; производственное и социальное развитие и т. п.) тесно связаны.

Решение управленческих проблем. При приростном поведении признание необходимости действовать наступает с опозданием, так как является реакцией на возникшую проблему. При поиске альтернатив ориентируются на прошлый опыт и допускают лишь незначительные отклонения от статус-кво. Рассматривается единственная альтернатива удовлетворения потребностей. Предпринимательское поведение характеризуется *активным поиском возможностей и предвидением проблем*. Ведется творческий поиск альтернатив, принятие которых вызывает необходимость больших изменений. Рассматриваются многочисленные альтернативы, из которых выбирается лучшая.

Отношение к риску. Для приростного поведения характерно стремление к минимизации риска на основании использования прошлого опыта. Предпринимательское поведение предполагает *готовность идти на созидательный риск* и балансировать совокупность рискованных вариантов.

Т а б л и ц а 1.4. Сравнение характеристик организации для двух стилей организационного поведения

Характеристика	Поведение предприятия (организации)		Оценка уровня приростно-предпринимательского поведения (пример)
	Приростное (- 5 баллов)	Предпринимательское (+ 5 баллов)	
Цели	Оптимизация прибыльности	Оптимизация потенциала прибыльности	-2
Пути достижения целей	Экстраполяция прошлых подходов	Определяются взаимодействием возможностей получения прибыли и качества управления	-3
Ограничения	1. По окружающей среде организации	1. Способность изменить окружающую среду	-4
	2. По внутренним возможностям	2. Способность создать требуемые специальности 3. Способность воспринять различные способы поведения	+3 0
Система поощрений и взысканий	1. Поощрения за стабильность, эффективность	1. Поощрения за творчество, инициативу	-2
	2. Поощрения за прошлую деятельность	2. Взыскания за отсутствие инициативы	-4
Информация	1. Внутренняя: деятельность	1. Внутренняя: возможности	+2
	2. Внешняя: долгосрочный объем возможностей	2. Внешняя: глобальный объем возможностей	-2
Проблема	Повторяющаяся, знакомая	Неповторяющаяся, новая	0
Стиль руководства	1. Популярность	1. Допущение рискованных действий	0
	2. Умение установить единство подходов	2. Умение вдохновить людей на восприятие изменений	+3

Характеристика	Поведение предприятия (организации)		Оценка уровня приростно-предпринимательского поведения (пример)
	Приростное (- 5 баллов)	Предпринимательское (+ 5 баллов)	
Организационная культура	1. Стабильная или расширяющаяся	1. Гибкая, структурно-меняющаяся	+1
	2. Деятельность организована в соответствии с процессом переработки ресурсов	2. Деятельность организована в соответствии с проблемами	-4
	3. Стремление к экономии на масштабах производства	3. Оптимизация масштабов производства	0
	4. Виды деятельности связаны слабо	4. Виды деятельности жестко связаны (комплексный, системный подход)	+2
Решение управленческих проблем			
а) признание необходимости действовать	1. Реакция в ответ на возникшую проблему 2. С запаздыванием по отношению к появлению проблем	1. Активный поиск возможностей 2. Предвидение проблем	+3 -3
б) поиск альтернатив	1. Ориентация на прошлый опыт 2. Незначительные отклонения от статус-кво 3. Рассматривается единственная альтернатива	1. Творческий поиск 2. Большие отклонения от статус-кво 3. Рассматриваются многочисленные альтернативы	+3 0 +1
в) оценка альтернатив	Принимается первая, удовлетворяющая потребности	Выбирается лучшая из набора альтернатив	-2
г) отношение к риску	1. Минимизация риска 2. Соответствие прошлому опыту	1. Созидательный риск 2. Балансировка совокупности рискованных вариантов	-2 -2
			Σ = -30/+16

Оценка степени предпринимательского поведения может быть дана на основе сопоставления двух типов поведения. Если природному поведению по каждой характеристике присвоить оценку -5 баллов, предпринимательскому поведению — оценку $+5$ баллов, то смешанный (природно-предпринимательский) тип поведения будет иметь оценку в интервале между -5 и $+5$ баллами. Оценка выше нуля означает, что по данной характеристике поведение предприятия ближе к предпринимательскому, чем к природному. Оценивая таким образом организационное поведение предприятия, можно выявить, по каким характеристикам надо менять стиль поведения.

В *табл. 1.4* приведен пример оценки уровня природно-предпринимательского поведения предприятия. Как видно по результату оценки, для данного предприятия характерен некоторый сдвиг в сторону предпринимательского стиля поведения: суммарная оценка природного стиля поведения равна -30 , предпринимательского $+16$, следовательно, стиль поведения в целом ближе к природному. Особенно слабо развиты способность изменять окружающую среду, принцип взыскания за отсутствие инициативы, умение организовывать деятельность в соответствии с проблемами (оценки -4 , то есть практически природный стиль поведения). В данном случае необходимо усилить работу организации по таким направлениям, как: привитие качеств управления, обеспечивающих наиболее полное использование возможностей получения прибыли; внедрение в практику поощрений за творчество и инициативу; поиск, накопление и использование внешней информации о глобальном объеме возможностей; привитие руководителям и менеджерам качеств предвидения проблем и навыков выбора лучшей альтернативы из набора возможных; самообучение менеджеров готовности идти на созидательный риск и умению балансировать совокупность рискованных вариантов.

§ 1.2.2. Предпринимательские реакции и маркетинг

Современное предпринимательство в странах развитой рыночной экономики прошло эпоху массового производства, эпоху массового сбыта и вступило в постиндустриальную эпоху.

В эпоху массового производства, когда спрос на основные потребительские товары был далек от насыщения, главная задача предпринимательской деятельности состояла в разработке и усовершенствовании такой организации *массового производства стандартной продукции*, которая обеспечивала бы *снижение издержек производства*. Все внимание фирм — производителей продукции сосредоточивалось на эффективной работе производственного механизма. Маркетинг был прост: фирма, предложившая стандартный продукт по самой низкой цене, имела успех на рынке.

Когда спрос на основные товары стал близок к насыщению, наступила **эпоха массового сбыта**, потребовавшая перехода от производства стандартной продукции к дифференцированной. *Центр внимания работы фирмы перемещается с производства на рынок* (продвижение моделей на рынок, реклама, организация сбыта и другие способы воздействия на потребителей). Основное внимание НИОКР и производства сосредоточивается на качестве продукции. Забота о поддержании уровня прибыли отходит на второй план. Зарождается комплексная концепция маркетинга, призванная уравновесить противоречивые требования производства и сбыта и обеспечить сбыт продукции.

По своему экономическому содержанию **маркетинг** — это комплексная организация производственно-сбытовой деятельности компании, направленная на обеспечение оптимальной реализации продукции, на бесперебойное движение товара от производителя к потребителю с целью увеличения прибыли; это способ управления деятельностью фирмы с ориентацией на рынок.

Развитие маркетинга определилось целым рядом обстоятельств:

- ❖ ускорением научно-технического прогресса, что привело к сокращению жизненного цикла товаров и повышению темпов технических нововведений;
- ❖ обострением конкурентной борьбы между крупными фирмами за рынки сбыта;
- ❖ обострением энерго-сырьевых проблем, вызванных усилением спроса на новые виды потребительских товаров;
- ❖ повышением требований потребителей к уровню качества и степени разнообразия ассортимента товаров;
- ❖ повышением степени неопределенности конъюнктуры на рынке.

По мере развития предпринимательства складывается характер поведения предприятия, обусловленный его потенциалом, и вырабатываются те или иные типы реакции на изменения окружающей среды (производственно-хозяйственной, научно-технической, экономической, социальной). Каждому типу реакции соответствует определенная глубина изменений в деятельности предприятия. Глубина изменений может определяться в категориях (баллах) от 1 (простые, эволюционные изменения и нововведения) до 5 (преобразующие изменения и нововведения).

Для стадии массового производства характерна производственная реакция с глубиной изменений 1–2 балла. Для стадии массового сбыта — конкурентная реакция с глубиной изменений 2–3 и инновационная реакция с глубиной изменений 3–4 балла. Эти реакции определяют особенности коммерческого управления предприятием:

- ♦ ориентация на рынок сбыта, для чего необходимо перенести центр тяжести управленческих решений в сбытовые звенья. Основными объектами изучения и воздействия являются: потребитель, конкуренты, конъюнктура рынка, характеристика товара. Задача — гибкое и постоянное реагирование на условия сбыта;

- ♦ ситуационное управление, для которого характерно принятие решения по мере зарождения проблем сбыта или на основе прогнозирования возможных ситуаций на рынке. Для ситуационного управления необходима организация системы непрерывного сбора и обработки информации;

- ♦ стратегия активного воздействия на рынок с целью активного формирования спроса на сбываемую продукцию, слежения за техническим прогрессом;

- ♦ предпринимательская инициатива, включающая: разработку новых идей, оперативный отбор и внедрение наиболее плодотворных идей, проведение системы мероприятий по быстрому и эффективному сбыту новой продукции;

- ♦ ориентация на достижение не сиюминутного успеха, а долгосрочного стабильного преимущества на рынке на основе поддержания лидерства в технологии и выбора стратегических позиций в конкуренции.

Маркетинг находится в тесной взаимосвязи с другими видами функциональной деятельности предприятия — с НИОКР и производством. Точная и детальная рыночная информация необходима для планирования развития всего ассортимента продукции на стадии НИОКР. Отбор моде-

лей-проектов НИОКР существенно зависит от издержек производства, наличия сырья, возможностей маркетинга, а также от противодействия конкурентов. Решающее значение имеет минимизация отрицательного воздействия внедрения новой продукции на производство. Эффективность сбыта зависит от строгого контроля за качеством продукции и выполнения плана поставок. По окончании разработки новой продукции довольно часто приходится вкладывать инвестиции в производство и маркетинг.

Для формирования предпринимательских реакций соответствующие службы предприятий должны вести исследование условий деятельности своего предприятия и рынков сбыта. Эти исследования включают:

- ◆ изучение спроса (по терминологии маркетологов — анализ потребителя);
- ◆ исследования конкуренции на рынках и деятельности конкурирующих фирм;
- ◆ изучение общей конъюнктуры отрасли (подотрасли), в которой действует предприятие (перспективы развития, набор конкурентных преимуществ, факторы успеха сбыта и т. д.);
- ◆ исследование общих условий сбыта в регионе, стране, на рынках ближнего и дальнего зарубежья.

Стадии массового производства и массового сбыта рассматриваются зарубежными учеными как «индустриальная эпоха», в период которой достигается удовлетворение первичных жизненных потребностей, насыщение первичного спроса. На смену индустриальной эпохе приходит постиндустриальная эпоха, для которой характерно *производство высококачественных товаров для потребителя с высоким уровнем доходов*. Технический прогресс коренным образом изменяет как спрос, так и предложение. *Основное внимание здесь уделяется НИОКР: созданию новых высококачественных видов продукции на базе новейших технологий*. Становится актуальной *обратная задача* научно-технического развития производства: создание и освоение новейших технологий позволяет предложить потребителю новые товары, потребность в которых ранее еще не проявлялась. На этой стадии потребители становятся более разборчивыми: чаще настаивают на полной информации о покупаемом товаре, требуют гарантий качества и защиты интересов потребителей. Для постиндустриальной эпохи характерны *инновационная и предпринимательская (преобразующая) реакции*.

Российская промышленность находится преимущественно в стадии перехода от эпохи массового производства к эпохе массового сбыта. Этот переход будет ускоряться по мере развития рыночной экономики.

Основным мотивом производственной реакции является стремление *минимизировать себестоимость* и тем самым *гарантировать прибыльность* выпускаемой продукции. Основные факторы этой реакции: технологическое разделение труда, автоматизация производства, оптимизация масштаба предприятия. В маркетинге осуществляется активная политика сбыта и ценовая конкуренция. В НИОКР внимание сосредоточивается на снижении себестоимости продукции, совершенствовании технологии производства и обеспечении надежности продукции. В управлении происходит максимальная децентрализация и распределение конкретных обязанностей.

Основным мотивом конкурентной реакции является стремление *оптимизировать и гарантировать прибыльность предприятия в ближайшей перспективе*. Это достигается путем сотrudничества между производством и маркетингом. В производстве основное внимание уделяется своевременности реакции на изменение спроса на рынке. В маркетинге стремятся к достижению компромисса между реакцией на требования рынка и минимизацией себестоимости. В конкуренции руководствуются мотивами соперничества и агрессии. В области НИОКР внимание сосредоточивается на улучшении отдельных показателей качества продукции. В управлении осуществляется долгосрочное планирование, гибкое распределение функций, создается информационная система.

Производственная и конкурентная реакции призваны повысить краткосрочный потенциал прибыльности и гарантировать прибыль от реализации выпускаемой продукции предприятия на его сегодняшних рынках. Примером одновременной реализации производственной и конкурентной реакций является совершенствование структуры ассортимента продукции по показателям объема производства и рентабельности. В этом случае стремятся достичь согласованности между указанными показателями по принципу: продукция с более высокой рентабельностью должна иметь более высокий удельный вес выпуска. При этом необходимо учитывать такие факторы ассортиментной политики, как спрос, себестоимость, ценовая эластичность, конкурентоспособность.

Основным мотивом **инновационной реакции** является стремление *оптимизировать параметры'и сроки разработки новой продукции*, а также стратегии маркетинга в пределах стратегических зон хозяйствования предприятия и тем самым *повысить долгосрочный потенциал прибыльности и гарантировать конкурентоспособность на существующих и новых рынках*.

Центральное место занимает функция **НИОКР**: опытная разработка новой продукции, прогнозирование тенденций в области технологии, согласование сроков внедрения новой продукции, проектирование продукции, ориентированной на прибыль. В области производства основным фактором, на который направлена инновационная реакция, является темп обновления ассортимента выпускаемой продукции. В области маркетинга — прогнозирование тенденций в конкурентной борьбе, переход к выпуску новой продукции, прогнозирование изменений спроса и расширения рынка. В области управления инновационная реакция направлена на научно-технический прогресс в развитии технических средств управления, управление проектами развития производства и продукции, **быструю** реакцию на повышение уровня изменений внешней среды. Мотивообразующим фактором инновационной реакции является вознаграждение за новаторство.

Предпринимательская реакция направлена на *долгосрочный потенциал предприятия*. Ее основным мотивом является стремление *создать условия для долгосрочного роста прибыльности и преемственности деятельности предприятия*. Основным фактором успеха при предпринимательской реакции является *согласованное по срокам создание новой технологии и новой продукции* в соответствии с прогнозами изменений в конкуренции. В области производства основным направлением реакции является темп обновления технологии (в отличие от темпа обновления ассортимента при инновационной реакции), а также гибкое использование площадей, оборудования и рабочей силы. В области маркетинга предпринимательская реакция направлена прежде всего на **проникновение** новых образцов продукции на рынок в соответствии с изменениями в конкуренции. В области управления предпринимательская реакция предполагает прогнозирование уровня изменений внешней среды предприятия, наличие стратегического портфеля заказов, развитие структуры стратегических хозяйствен-

ных центров и зон хозяйствования, а также управляемую диверсификацию. Общее руководство предприятия в этой реакции играет роль творческого центра.

Предприятия проявляют все указанные выше типы реакций в зависимости от характера изменений в окружающей среде. Характеристики предпринимательских реакций показаны в *табл. 1.5*.

§ 1.2.3. Мотивы и функции предпринимательского риска

РИСК — это вероятность ущерба (убытка, неудачи) вследствие неопределенности результата.

В коммерческой деятельности предприятия могут иметь место следующие риски: *предпринимательский, коммерческий, ценовой, товарный, банковские (кредитный, валютный, процентный, риск несбалансированной ликвидности и риск банковских злоупотреблений), инфляционный и риск неплатежеспособности.*

Предпринимательский риск — риск, возникающий при любых видах предпринимательской деятельности, связанной с производством и реализацией продукции, товарно-денежными и финансовыми операциями. Характеризуется сочетанием возможностей возникновения как нежелательных, так и особо благоприятных отклонений от запланированного результата.

Коммерческий риск — риск потери денежных ресурсов из-за неблагоприятного соотношения цен покупки и цен продажи товара или в результате безответственности товаропроизводителя. Коммерческие риски определяются соотношением спроса и предложения на рынке, их динамикой, а также условиями обеспечения обязательств сторон, обусловленных договором купли-продажи.

Ценовой риск — риск выбора надлежащего значения цены, с одной стороны, соответствующего удовлетворению платежеспособного спроса, а с другой — покрывающего издержки производства и обеспечивающего прибыль. Преодоление ценового риска достигается реализацией *принципа взаимовыгодности* нововведений (*см. § 1.3*).

Товарный риск — риск приобретения товара низкого качества — *потребительский риск*; риск, связанный с пре-

Т а б л и ц а 1.5. Характеристики предпринимательских реакций

Тип реакции	Цель	Мотив	Категория изменений	Основные факторы реакции	Эпоха предпочтительности реакции
Производственная	<i>Минимизировать себестоимость</i>	Гарантии прибыльности <i>выпускаемой</i> продукции на существующих рынках	1-2	Производство: технологическое разделение труда, автоматизация, оптимизация масштаба производства. Маркетинг: активная политика сбыта, ценовая конкуренция. НИОКР: снижение себестоимости, совершенствование технологии, повышение надежности продукции.	Эпоха массового производства
Конкурентная	Оптимизировать прибыльность <i>в ближайшей перспективе</i> , повысить краткосрочный потенциал прибыльности	Гарантии прибыльности <i>модернизируемой</i> продукции в ближайшей перспективе на существующих рынках	2-3	Сотрудничество между производством и маркетингом: гибкость реакции на изменение спроса, своевременность поставок, компромисс между требованиями рынка и себестоимостью. Маркетинг: соперничество или агрессия в конкуренции. НИОКР: улучшение отдельных показателей качества продукции, повышение надежности.	Эпоха массового сбыта
Инновационная	Оптимизировать стратегии маркетинга, сроки разработки и <i>параметры новой продукции</i> , повысить долгосрочный потенциал прибыльности	Гарантии прибыльности и конкурентоспособности <i>новой</i> продукции на существующих и новых рынках	3-4	НИОКР: опытная разработка новой продукции; прогнозирование тенденций в области технологий. Производство: темп обновления ассортимента. Маркетинг: прогнозирование тенденций в конкуренции, тенденций спроса и расширения рынка	Эпоха массового сбыта. Постиндустриальная эпоха
Предпринимательская (преобразующая)	Создание <i>долгосрочного потенциала прибыльности</i>	Гарантии <i>долгосрочного роста</i> прибыльности и ответственности деятельности предприятия	4-5	НИОКР: согласованное создание новой продукции и новой технологии. Производство: темп обновления технологии. Маркетинг: проникновение на новые рынки.	Постиндустриальная эпоха

одолением трудностей создания и освоения производства товаров надлежащего качества, пользующихся спросом и способных победить в конкурентной борьбе, — *риск производителя*. Товарный риск преодолевается *сертификацией продукции* и реализацией принципа взаимовыгодности нововведений.

Банковские риски — опасность потерь, вытекающая из специфики банковских операций, осуществляемых кредитными организациями. Различают следующие виды банковских рисков: *кредитный, валютный, процентный, риск несбалансированной ликвидности, риск банковских злоупотреблений*.

Кредитный риск — разновидность банковских рисков, связанная с невозвратом или неполным возвратом кредита. Кредитный риск преодолевается установлением договором между кредитором и заемщиком соответствующего *обеспечения исполнения обязательств* (неустойка, залог, удержание имущества должника, поручительство, банковская гарантия, задаток и др.).

Риск неплатежеспособности — потенциальное понижение стоимости активов до полного обесценения собственного капитала. Преодолевается сбалансированностью самофинансирования инвестиций в производство и издержек производства: если инвестиции превышают издержки, то величина вещественного капитала возрастает (обновляются производственные активы, а также растет их стоимость); если издержки производства превышают инвестиции — величина капитала уменьшается (устаревают и изнашиваются производственные активы и снижается их стоимость).

Валютный риск — опасность валютных потерь, связанных с изменением курса иностранной валюты по отношению к национальной валюте при проведении внешнеторговых операций, операций на фондовых и товарных биржах. Для экспортеров и импортеров валютный риск возникает, когда валютой цены является иностранная для них валюта. *Экспортер* несет убытки при понижении курса валюты цены по отношению к его национальной валюте в период между заключением контракта и осуществлением платежа по нему. Для *импортера* убытки возникают при противоположном движении курса. В обоих случаях эквиваленты в национальных валютах будут отличаться в невыгодную сторону от тех сумм, на которые экспортер и импортер рассчитывали в момент подписания контракта.

Инфляционный риск — риск потери капитала или денежных сбережений в результате прогрессирующего процесса инфляции.

Для *ситуации предпринимательского риска* характерны:

- ✦ неопределенность хозяйственной среды;
- ✦ необходимость выбора решения из ряда альтернатив;
- ✦ противоречивость оценки риска вследствие столкновения объективно существующих рискованных действий с субъективной оценкой их последствий;
- ✦ возможность достижения успеха или постижения неудачи.

Риск является неотъемлемым спутником предпринимательства. *Основной мотив риска — достижение большего успеха, чем тот, который может быть достигнут при отсутствии риска.* Риск считается обоснованным, если вероятность повышения успеха существенно превышает вероятность снижения успеха, достигаемого в условиях отсутствия риска.

Риск в предпринимательстве выполняет ряд **созидательных функций**:

✦ **регулятивную функцию**, состоящую в том, что рискованные решения предполагают активную деятельность, поиск новаторских идей, творческий подход;

✦ **инновационную функцию**, поскольку риск предпринимателя ориентирован на осуществление нововведений, позволяющих преодолевать неопределенности;

✦ **аналитическую функцию**, так как принятие решений в ситуации риска сопровождается разработкой ряда альтернатив и отбором предпочтительного варианта, рассчитанного на достижение успеха при допустимом уровне риска;

✦ **защитную функцию**, состоящую в том, что рискованная деятельность сопровождается рядом мер, предусматривающих защиту субъекта предпринимательства от разрушительных последствий риска в случае неудачи (формирование резервных фондов, страхование и т. п.).

§ 1.2.4. Выбор позиции в конкуренции

В современных условиях одним из решающих факторов успеха/неуспеха коммерческой деятельности является усиливающаяся **нестабильность внешней среды предприятия**: события становятся все более непривычными и их

невозможно узнать на основе прошлого опыта; повышаются темпы изменений, которые значительно превосходят скорость ответной реакции предприятия; возрастает частота появления неожиданных событий, внезапных изменений, их непредсказуемость. В таких условиях становится невозможным осуществлять управление коммерческой деятельностью путем реакции на уже возникшие проблемы на основе предшествующего опыта или его экстраполяции. Для своевременной и эффективной ответной реакции необходимы предвидение, исследования и творчество. Эти методы требуют усиления мотивов предпринимательства, а также использования специфических моделей принятия и реализации решений, имеющих важные долгосрочные последствия (стратегических решений). Одной из основных моделей принятия стратегических решений оптимизации прибыли (в краткосрочной и долгосрочной перспективе) является модель выбора стратегических позиций предприятия (компании, фирмы) в конкуренции. Вариант такой модели — трехмерная матрица «КСФ — Привлекательность СЗХ».

Привлекательность СЗХ. Алгоритм оценки привлекательности СЗХ включает (схема 1.6):

- ◇ *оценку темпов роста:* для текущей стадии жизненных циклов и для последующей стадии (G);



С х е м а 1.6. Алгоритм оценки привлекательности СЗХ

- ❖ *оценку рентабельности*: краткосрочную и долгосрочную (R);
- ❖ *оценку уровня будущей нестабильности внешней среды фирмы* (Q — возможности, Q — опасности).

Оценка будущей привлекательности СЗХ может быть рассчитана по формуле:

$$\text{Привлекательность СЗХ} = \alpha G + \beta R + \gamma Q - \sigma Q,$$

где α , β , γ , σ — коэффициенты значимости факторов, определяемые экспертами (управляющими СЗХ);

$$\alpha + \beta + \gamma + \sigma = 1,0.$$

Оценка изменений в прогнозируемом росте СЗХ (G) может быть рассчитана на основании экспертных оценок ин-

Т а б л и ц а 1.6.

Оценка изменений в прогнозируемом росте стратегической зоны хозяйствования

(по: *Круглое М. И.* Стратегическое управление компаний. — М.: Русская Деловая Литература, 1998.)

Параметры	Шкала интенсивности*		
	-5		+5
1. Темп роста соответствующего сектора экономики	понизится	—	повысится
2. Прирост численности потребителей данного сектора в составе народонаселения	понизится	—	повысится
3. Степень обновления продукции	снизится	—	повысится
4. Степень обновления технологии	снизится	—	повысится
5. Уровень насыщения спроса	повысится	—	снизится
6. Общественная приемлемость товара (услуги)	понизится	—	повысится
7. Государственное регулирование издержек	ужесточится	—	ослабеет
8. Государственное регулирование роста	ужесточится	—	ослабеет
9. Неблагоприятные факторы для роста/рентабельности	возрастут	—	уменьшатся
10. Благоприятные факторы для роста/рентабельности	уменьшатся	—	возрастут
11. Прочие факторы, имеющие значение для СЗХ			
ОБЩАЯ ОЦЕНКА ИЗМЕНЕНИЙ В ПЕРСПЕКТИВЕ РОСТА	-5	0	+5

* Если в будущем сохраняются прежние характеристики, оставьте отметку на середине шкалы (0).

Т а б л и ц а 1.7.

Оценка изменений рентабельности стратегических зон хозяйствования

(по: *Круглое М. И.* Стратегическое управление компанией. М.: Русская Деловая Литература, 1998.)

Параметры	Шкала интенсивности*		
	-5	+5	
1. Колебания рентабельности	очень велики	отсутствуют	
2. Колебания объема продаж	очень велики	отсутствуют	
3. Колебания цен	очень велики	отсутствуют	
4. Цикличность спроса	очень велики	отсутствуют	
5. Уровень спроса по отношению к мощностям	очень низкий	очень высокий	
6. Характеристика структуры рынка	равномерное распределение	высокая концентрация	
7. Стабильность структуры рынка	низкая	высокая	
8. Обновление состава продукции	очень частое	редкое	
9. Продолжительность жизненных циклов	малая	большая	
10. Расходы на НИОКР	крупные	небольшие	
11. Затраты, необходимые для доступа конкурента на товарный рынок (ухода с него)	низкие	высокие	
12. Агрессивность ведущих конкурентов	очень высокая	низкая	
13. Конкуренция зарубежных фирм	очень сильная	слабая	
14. Конкуренция на рынках ресурсов	очень сильная	слабая	
15. Интенсивность торговой рекламы	очень высокая	низкая	
16. Послепродажное обслуживание	значительное	отсутствует	
17. Степень удовлетворения потребителей	очень высокая	низкая	
18. Государственное регулирование конкуренции	очень жесткое	отсутствует	
19. Государственное регулирование производства товаров (услуг)	очень жесткое	отсутствует	
20. Давление потребителей	очень сильное	слабое	
ОБЩАЯ ОЦЕНКА СДВИГОВ В ПЕРСПЕКТИВЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ	-5	0	+5

* Если в будущем сохранятся прежние характеристики, оставьте отметку на середине шкалы (0).

тенсивности изменений параметров, приведенных в *табл. 1.6*, а оценка изменений рентабельности (R) — на основании экспертных оценок интенсивности изменений параметров, приведенных в *табл. 1.7*.

Для оценки будущей нестабильности (Q, \bar{Q}) проводится анализ внешней среды предприятия, на основании которого разрабатывается перечень возможностей и опасностей и экспертно оценивается сила факторов. Анализ внешней среды позволяет найти ответы на следующие вопросы:

1. Какие возможности не используются и какие опасности не учитываются компанией?
2. Какова значимость этих возможностей и опасностей?
3. Что надо сделать, чтобы использовать наиболее значимые возможности и избежать сильных угроз?

Внешние факторы, с которыми имеет дело компания, относятся к таким сферам, как: экономика, политика, рынок, технология, конкуренция, международные отношения, социальная сфера. Выделим наиболее важные факторы в каждой из этих сфер.

Экономические факторы:

- ❖ темпы инфляции и дефляции;
- ❖ уровень занятости населения;
- ❖ реальность бюджетного баланса; "
- ❖ стабильность курса рубля;
- ❖ уровень ставок по кредитам;
- ❖ тенденция изменения тарифов на транспортные услуги и энергоресурсы;
- ❖ налоговые ставки;
- ❖ таможенная политика.

Политические факторы:

- ❖ разделение полномочий федеральных и региональных органов власти;
- ❖ жесткость государственного регулирования экономики;
- ❖ льготные экономические режимы в регионах;
- ❖ инвестиционная политика государства;
- ❖ политика приватизации;
- ❖ таможенные союзы государств СНГ.

Рыночные факторы:

- ❖ форма рынка в заинтересованной сфере деятельности;
- ❖ уровень и продолжительность жизненных циклов спроса;

- ❖ интенсивность конкуренции;
- ❖ цены на факторы производства;
- ❖ доходы различных социальных групп;
- ❖ динамика спроса и предложения;
- ❖ антимонопольная политика;
- ❖ преодолимость барьеров вхождения в рынок (уровень потенциальной конкуренции);
- ❖ распределение долей товарного рынка между хозяйствующими субъектами;
- ❖ стабильность рынка (по составу хозяйствующих субъектов).

Производственно - технологические факторы:

- ❖ состояние производства на внешних для компании участках технологических цепей;
- ❖ возможности новых технологических разработок;
- ❖ уровень технологии конкурентов;
- ❖ темпы обновления технологии;
- ❖ состояние внешних звеньев системы развития;
- ❖ наличие возможности быстрой конверсии деятельности и расширения производства у конкурентов.

Конкурентные факторы:

мотивы, которыми руководствуются хозяйствующие субъекты;

- ❖ возможность рефлексивного воздействия со стороны конкурентов;
- ❖ степень уязвимости конкурента;
- ❖ готовность конкурента сочетать кооперативное и конкурентное поведение;
- ❖ возможность усиления конкурентного статуса фирмы-конкурента;
- ❖ сила защитной реакции конкурента;
- ❖ скорость конкурентных реакций хозяйствующих субъектов на изменения на рынке;
- ❖ имиджкомпанияи.

Международные факторы:

- ❖ возможности и ограничения, вызванные деятельностью международных и региональных организаций (ВТО — Всемирная торговая организация; ОПЕК — Организация стран — экспортеров нефти; КОКОМ — Координа-

ционный комитет по экспортному контролю; ЕС — Европейское сообщество «общий рынок» и др.);

- ❖ возможности и ограничения, вызванные экономическим союзом стран СНГ (в частности, условия поставок товаров);
- ❖ изменения валютного курса и политических решений в странах, выступающих в роли инвестиционных объектов или рынков;
- ❖ зарубежные стратегии защиты или расширения компаний или отраслей.

Социальные факторы:

- ❖ социальная напряженность в обществе;
- ❖ уровень предложения на рынке рабочей силы;
- ❖ защита прав потребителей;
- ❖ степень неравенства различных социальных групп;
- ❖ активность профессиональных союзов в защите прав трудящихся.

Перечень внешних опасностей и возможностей.

По результатам анализа внешней среды компания может составить перечень опасностей, которые ей необходимо преодолеть с наименьшими потерями, и возможностей, которые следует плодотворно использовать.

Сила факторов оценивается экспертами в диапазоне от —5 баллов (сильная опасность) через 0 (отсутствие воздействия) до +5 баллов (сильная возможность). Экспертами определяется также значимость каждого фактора.

Факторам одной природы и одного уровня присуща равная значимость, поэтому определение значимости факторов (а) можно осуществить по группам факторов, например:

экономические факторы.....	3;
политические факторы.....	1;
рыночные факторы.....	3;
производственно-технологические факторы.....	3;
конкурентные факторы.....	2;
международные факторы.....	1;
социальные факторы.....	2.

Фрагмент оценки внешних опасностей и возможностей для конкретного предприятия представлен в *табл. 1.8.*

Т а б л и ц а 1.8. Оценка внешних опасностей

Группа факторов	ФАКТОРЫ	Оценка фактора (в баллах)		
		-5	Экспертная оценка	+5
3. РЫНОЧНЫЕ ФАКТОРЫ (значимость факторов группы — 3)	3.1. Антимонопольная политика	Не влияет	+1	Влияет
	3.2. Форма рынка в заинтересованной сфере деятельности	Олигополия (предприятий — много, потребителей — несколько)	+2	Олигополия (предприятий — несколько, потребителей — много)
	3.3. Уровень и продолжительность жизненных циклов спроса	Высокие уровень и продолжительность	+1	Низкие уровень и продолжительность
	3.4. Интенсивность конкуренции	Высокая	+3	Низкая
	3.5. Цены на факторы производства	Высокие	-2	Низкие
	3.6. Доходы различных социальных групп	Сильно дифференцированы	-3	Мало дифференцированы
	3.7. Динамика спроса и предложения	Предложение отстает от спроса	+1	Предложение изменяется синхронно или опережает спрос
	3.8. Преодолимость барьеров вхождения в рынок конкурентами (уровень потенциальной конкуренции)	Слабые барьеры	+2	Сильные барьеры
	3.9. Стабильность рынка (по составу хозяйствующих субъектов)	Высокая	0	Низкая
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА:				

и возможностей для предприятия (фрагмент)

Сила воздействия (в баллах)		Основание оценки фактора	Мероприятия по использованию возможностей и преодолению опасностей
Опасности	Возможности		
+3		Рыночная цена устанавливается на основе добросовестной конкуренции, что дает возможность предприятию реализовать свою продукцию по реальным ценам	Повышение конкурентоспособности продукции
+6		Конкуренция качества и рекламы средней интенсивности	Реализация оптимальной рекламной стратегии
+3		Снижение продолжительности жизненного цикла спроса увеличивает количество потребителей	Расширение ассортимента продукции
+9		Снижение конкуренции увеличивает долю предприятия на рынке	Поддержание достигнутой доли на рынке
-6		Снижение цен на факторы производства позволяет снизить цену товара, следовательно, повысить его конкурентоспособность	Создание резерва необходимых факторов производства
-9		Сильная дифференциация доходов заставляет предприятие ориентироваться как на богатые, так и на бедные слои населения, что связано с определенными трудностями в организации производства	Разработка улучшенных моделей для богатого слоя населения и изыскание возможностей повышения качества дешевых моделей
+3		Замедленная реакция предприятия на изменение спроса	Слежение за динамикой спроса. Быстрое реагирование на изменения спроса
+6		Предприятие имеет стабильную долю на рынке	Укрепление своих позиций на данном рынке
0		Возможность появления новых конкурентов не просматривается	
-15 +30			

Воздействие i -ой группы факторов Q_i можно определить по следующим формулам.

$$\text{Возможности: } Q_i = \alpha_i \sum_j (+P_{ij}),$$

$$\text{Опасности: } \bar{Q}_i = \alpha_i \sum_j (-P_{ij}),$$

где $(+P_{ij})$, $(-P_{ij})$ — соответственно положительная (от 0 до +5) и отрицательная (от 0 до -5) оценка силы воздействия j -го фактора i -ой группы факторов; α_i — значимость Г-ОИ группы факторов.

Итоги оценки внешних опасностей и возможностей можно выразить через силу воздействия группы факторов (табл. 1.9).

Т а б л и ц а 1.9.
Перечень внешних опасностей и возможностей.
Сила воздействия факторов (пример)

Факторы	Опасности	Возможности
Экономические	-20	+10
Политические	-10	+20
Рыночные	-15	+30
Производственно-технологические	0	+120
Конкурентные	-20	+40
Международные	-90	0
Социальные	-30	+30

Из результатов оценки силы воздействия следует, что наибольшие возможности в рассматриваемом примере открывает полноценное использование производственно-технологических и конкурентных факторов. Наибольшую опасность для компании представляют международные факторы (характерно для компаний-экспортеров и ТНК). Воздействие социальных факторов противоречиво: с одной стороны, имеется довольно существенная опасность, с другой стороны, открываются не менее существенные возможности. Перед руководством компании стоит нелегкая задача — преодолеть опасности и полноценно использовать возможности. Для этого руководитель компании должен обладать искусством стратегического управления. Типовые решения здесь вряд ли возможны.

Трехмерная матрица «Конкурентный статус фирмы — Привлекательность СЗХ». Эта матрица в большей степени отражает сложность реальной структуры дея-

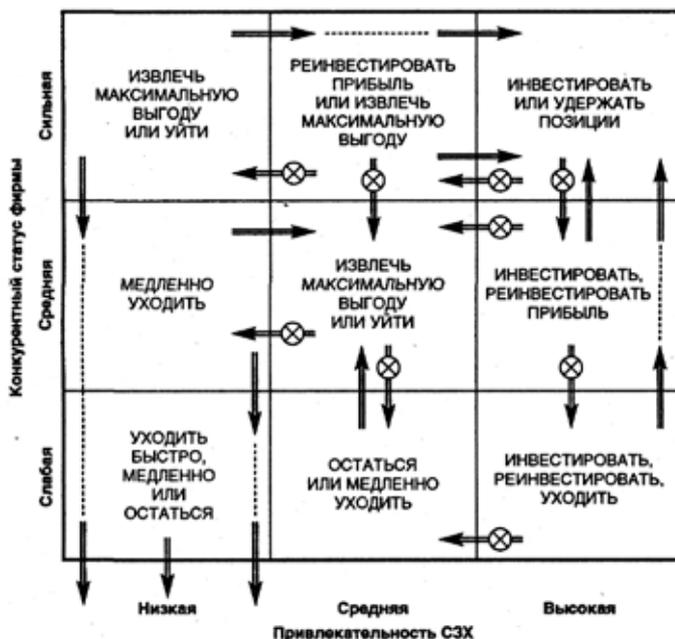
тельности и позволяет принимать более дифференцированные решения {табл. 1.10}.

Для анализа структуры предпринимательской деятельности компании целесообразно использовать метод рангового анализа показателей «Конкурентный статус фирмы» (Q) и «Привлекательность СЗХ» (R). По результатам оценки привлекательности СЗХ и ее конкурентного статуса все СЗХ ранжируются по уровню этих показателей (определяются ранги P_Q и P_R). Коэффициент корреляции рангов показывает тесноту связей данных показателей:

$$K_p = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n (P_{Qi} - P_{Ri})^2}{n(n^2 - 1)},$$

где P_{Qi} , P_{Ri} — ранги i -ой СЗХ по параметрам Q и R ; n — число СЗХ, размещенных в матрице.

Т а б л и ц а 1.10.
Политика улучшения структуры предпринимательской деятельности компании



Политика, указанная в матрице: \longrightarrow — усиление параметра;
 $\otimes \longrightarrow$ — удержание параметра

Коэффициент корреляции рангов изменяется в диапазоне от $-1,0$ до $+1,0$. Отрицательное значение коэффициента указывает на тенденцию уменьшения одного из показателей при увеличении другого, что в данном случае свидетельствовало бы о нерациональной структуре деятельности компании. Положительное значение коэффициента показывает наличие тенденции увеличения одного показателя с увеличением другого, что свидетельствует о рациональности (но еще не об оптимальности) структуры деятельности.

Чем выше привлекательность действующей или формируемой СЗХ, тем большие средства готова вложить компания в эту зону для усиления своих позиций в конкуренции (тем выше КСФ). В идеальной структуре деятельности коэффициент корреляции рангов равен $+1,0$. В реальной структуре деятельности достичь такого идеала не удастся, поскольку оба показателя зависят от многих, часто случайных факторов. Оптимальность структуры деятельности в этих условиях может быть оценена теснотой связей рангов P_Q и P_R . Можно принять, например, что при значении K_p , равном:

- ◆ $0,7$ и выше, будет иметь место сильная связь, то есть структура деятельности компании оптимальна;
- ◆ $0,4-0,7$ — средняя теснота связи; это означает, что структура деятельности компании нуждается в улучшении;
- ◆ ниже $0,4$ — слабая связь, деятельность компании подлжет реструктуризации.

Такой подход предполагает, что компания имеет возможность воздействовать как на конкурентный статус, так и на привлекательность СЗХ.

§ 1.3. ПРИНЦИП ВЗАИМОВЫГОДНОСТИ НОВОВВЕДЕНИЙ

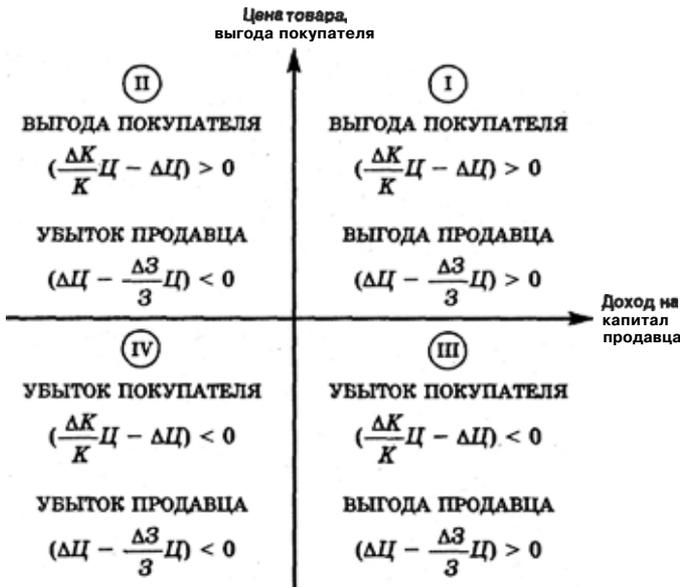
Коммерческой целью компании при создании новой или модернизированной продукции является повышение рентабельности продукции и спроса на нее. Достижение этой цели зависит от возможностей технологии. Не менее важное значение имеют также маркетинг и учет интересов потребителей. Однако существуют различные взгляды на роль этих факторов в обновлении продукции. Для научно-технического специалиста технологическое совершенство продукции является достаточным основанием для выхода

на рынок, в то время как руководство должно быть уверено в потенциальной прибыльности продукции. Возможные последствия различных приоритетов в подходах к достижению поставленной цели компании иллюстрируются матрицей «Выгода–убыток» (рис. 1.8).

Выгода (убыток) покупателя и продавца определяется соотношением параметров: качество, цена, затраты. Рассмотрим соотношение этих параметров при переходе к производству нового товара с улучшенными показателями качества.

Цена на продукцию должна соответствовать уровню качества продукции и общественно необходимым затратам на ее производство. Потребитель заинтересован в том, чтобы с повышением качества цена повышалась не в большей степени, чем повышено качество. Изготовитель заинтересован, чтобы цена компенсировала затраты и принесла предприятию прибыль, необходимую ему для производственного и социального развития. Государство заинтересовано как в удовлетворении потребности населения, так и в получении части прибыли.

Когда затраты на повышение качества продукции растут пропорционально росту уровня качества и соответ-



Р и с. 1.8. Матрица «Выгода–убыток»

венно повышается цена, противоречия между интересами потребителя и изготовителя не возникают, но обе стороны не получают экономической выгоды от повышения качества. В этом случае цена не побуждает изготовителя на повышение качества. Спрос на товар сдерживается.

Когда затраты растут в большей степени, чем повышается качество, уже возникает противоречие между интересами изготовителя и потребителя: изготовитель заинтересован, чтобы цена была повышена, по крайней мере, пропорционально росту затрат; потребитель заинтересован в меньшем повышении цены, по крайней мере, в том, чтобы оно было пропорционально повышению качества продукции. В этом случае нельзя согласовать интересы потребителя и изготовителя: если соблюдаются интересы изготовителя, потребителю невыгодна покупка подорожавших товаров, если соблюдаются интересы потребителя, изготовителю невыгодно повышать качество этих товаров. В первом случае понизится спрос на товар и изготовитель вынужден будет уменьшить масштаб производства, что приведет к еще большему росту затрат на единицу выпускаемой продукции. Во втором случае спрос может расти, но изготовитель будет стремиться сдерживать масштабы производства, вследствие чего может возникнуть дефицит.

В наибольшей степени можно согласовать интересы потребителя и изготовителя в том случае, если уровень качества повышается в большей степени, чем повышаются затраты. В этом случае возможно установление такой новой цены $C_4 - AC$, когда относительное повышение цены меньше относительного повышения уровня качества $\Delta K/K$ и выше относительного повышения затрат AZ/Z , то есть

$$\Delta K/K > AC/C > AZ/Z,$$

где C — старая цена; AC — приращение цены.

В этом случае полезность товара для потребителя (его потребительная стоимость, эффект, получаемый от потребления) возросла в большей степени, чем его затраты на приобретение товара, а эффект для изготовителя (новая цена) возрос в большей степени, чем его затраты. Обе стороны оказались в выгоде. Цена в этом случае стимулирует повышение качества товара и повышение спроса на него.

Изготовитель заинтересован в повышении спроса на свой товар, так как с увеличением масштаба производства затраты на единицу продукции снижаются и он получает

дополнительную прибыль. Это заинтересовывает изготовителя в поддержании спроса, для чего он вновь улучшает качество своей продукции.

Таким образом, приведенное соотношение между качеством продукции, ценой и затратами является предпочтительным.

Посмотрим, как распределится в этом случае экономический эффект от повышения качества между потребителем и изготовителем.

Если бы цена на продукцию повышенного качества была установлена пропорционально повышению уровня качества, то есть если бы

$$\Delta C_k / C = \Delta K / K,$$

то

$$\Delta C_k = \frac{\Delta K}{K} C,$$

где ΔC_k — приращение цены от повышения качества на величину ΔK .

Если бы цена на эту продукцию была установлена пропорционально затратам, то есть если бы

$$\Delta C_z / C = \Delta Z / Z,$$

то

$$\Delta C_z = \frac{\Delta Z}{Z} C,$$

где ΔC_z — приращение цены от повышения затрат на величину ΔZ .

Условие согласования интересов потребителя и изготовителя имеет вид

$$\Delta C_k > \Delta C > \Delta C_z.$$

Потребитель и изготовитель будут иметь выгоду:

$$\text{выгода потребителя } \Delta C_k - \Delta C = \frac{\Delta K}{K} C - \Delta C;$$

$$\text{выгода изготовителя } \Delta C - \Delta C_z = \Delta C - \frac{\Delta Z}{Z} C;$$

$$\text{общая выгода } \Delta C_k - \Delta C_z = \left(\frac{\Delta K}{K} - \frac{\Delta Z}{Z} \right) C.$$

Если предположить, что эта общая выгода должна быть разделена на три равные части (выгода потребителя, выго-

да предприятия-изготовителя и выгода государства), то есть выгода предприятия-изготовителя плюс выгода государства должны быть в два раза больше выгоды потребителя, то

$$\Delta Ц - \frac{\Delta З}{3} Ц = 2 \left(\frac{\Delta К}{К} Ц - \Delta Ц \right);$$

$$\Delta Ц = \frac{1}{3} \left(\frac{\Delta З}{3} + 2 \frac{\Delta К}{К} \right) Ц.$$

Например, если $\Delta К/К = 0,5$, $\Delta З/3 = 0,2$, то $\Delta Ц = 0,4Ц$ и выгода каждой из сторон составит 10% старой цены.

Квадрант I матрицы (рис. 1.8) «Выгода покупателя» — «Выгода продавца» соответствует случаю долгосрочных взаимовыгодных отношений покупатель — продавец, при которых обеспечиваются как доход на инвестиции, так и удовлетворение потребностей покупателя в пределах приемлемых цен. На достижение таких результатов должна быть нацелена стратегия НИОКР.

В коммерческой деятельности компаний, которые руководствуются главным образом технологической новизной продукции без предварительной оценки ее потенциальной прибыльности, может возникнуть ситуация, соответствующая левому верхнему квадранту (II) — «Выгода покупателя» — «Убыток продавца».

Такое положение может возникнуть по нескольким причинам:

- ◆ использование новой технологии начато преждевременно, до того как затраты на производство приведены в соответствие с реальным уровнем рыночных цен;
- ◆ продукция выпущена на рынок до того, как покупатель готов платить за новшества;
- ◆ объем потенциального спроса недостаточен для того, чтобы окупилась расходы фирмы на НИОКР;
- ◆ число поставщиков, привлеченных перспективой роста спроса, избыточно для рынка;
- ◆ фирма продолжает разработку и продвижение на рынок продукции на основе технологии, быстро заменяемой новой технологией, в применении которой она не имеет опыта.

Нижний правый квадрант (III) соответствует ситуации «Убыток покупателя» — «Выгода продавца»: изготовитель, имея выгоду от продаж, не обеспечивает потребителя това-

ром, уровень качества которого соответствовал бы цене. Такая ситуация часто возникает в технологически слабых отраслях — производителях потребительских товаров. Однако такое же положение может возникнуть и в передовых отраслях, когда мало понимающие в потребностях покупателей и в соотношениях стоимости и выгоды научно-технические работники с благими намерениями навязывают предприятиям технологически новые товары. Обусловливается это скорее «модной технологией», чем критерием стоимость — выгода.

Ситуация левого нижнего квадранта (IV) «Убыток покупателя» — «Убыток продавца» возникает, когда энтузиастам — техническим специалистам компании-продавца удается убедить технических специалистов фирм-покупателей в технологических преимуществах своей продукции. В этом случае ни одна из групп не имеет необходимого уровня компетентности и желания оценить возможные убытки.

Для устранения разрыва между качеством, ценой и затратами при создании новой или модернизированной продукции целесообразно проведение следующих мероприятий:

- ❖ включение в группу высших руководителей, ответственных за определение стратегии, компетентных научно-технических специалистов;

- ❖ повышение квалификации ведущих руководителей НИОКР в области коммерческого управления и общего руководства — по экономическим вопросам НИОКР;

- ❖ принятие важных решений о финансировании НИОКР на основе оценки как научно-технического уровня и параметров качества разработок, так и прибыльности проектов с учетом расходов по всей цепочке жизненных циклов продукции и технологии;

- ❖ формирование в составе системы управления компанией подсистемы управления качеством продукции и научно-техническим развитием производства, которая способствовала бы наиболее полному использованию научно-технического потенциала компании для достижения взаимовыгодности разработок;

- ❖ включение показателей качества продукции и технологии в число критериев эффективности стратегии компании;

- ❖ разработка для компании конкретной стратегии научно-технического развития.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. *Что такое коммерческая деятельность?*
2. *Для чего нужен поиск потребностей?*
3. *Охарактеризуйте поле коммерческой деятельности предприятия по областям и этапам.*
4. *Каким образом алгоритм производственно-коммерческого процесса зависит от характера задач развития производства (прямая и обратная задачи)?*
5. *Дайте характеристику критериям выбора оптимальных вариантов удовлетворения требований товарного рынка к производству и удовлетворения требований производства к рынку факторов производства.*
6. *Каковы основные задачи коммерческой деятельности при формировании (покупке) набора факторов производства?*
7. *Каким образом издержки капитала влияют на прибыль?*
8. *Дайте определение инвестиционной деятельности. На какие виды подразделяются инвестиции в производство?*
9. *Как определяется потенциал прибыльности фирмы?*
10. *По каким параметрам выделяется СЗХ из внешней среды компании?*
11. *Каковы критерии целевого управления набором СЗХ?*
12. *Как определяется конкурентный статус фирмы?*
13. *Покажите алгоритм определения уровня будущей эффективности действующей стратегии.*
14. *Назовите ведущие мотивы предпринимательства.*
15. *Чем отличается предпринимательский стиль деятельности от приростного?*
16. *Каким образом оценивается уровень приростно-предпринимательского поведения предприятия?*
17. *Охарактеризуйте предпринимательские реакции предприятия на изменения внешней среды.*
18. *Какие риски имеют место в коммерческой деятельности?*
19. *Какие внешние факторы необходимо учитывать при определении возможностей и выявлении угроз для компании?*
20. *В чем сущность принципа взаимовыгодности нововведений?*

Г л а в а 2

ПРАВОВОЙ МЕХАНИЗМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. СУБЪЕКТЫ КОММЕРЧЕСКИХ ПРАВООТНОШЕНИЙ

§ 2.1. КАТЕГОРИИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРАВА

Основными категориями коммерческого права являются:

- ❖ предмет коммерческого права;
- ❖ принципы коммерческого права;
- ❖ метод правового регулирования в коммерческом праве;
- ❖ источники коммерческого права;
- ❖ системы коммерческого права;
- ❖ объекты коммерческих правоотношений;
- ❖ субъекты коммерческих правоотношений.

Эти категории в совокупности образуют более сложную категорию — правовой механизм регулирования коммерческой деятельности.

Предмет коммерческого права. Предметом коммерческого права являются реальные коммерческие отношения, то есть отношения по купле-продаже объектов торгового оборота (в том числе прав пользования имуществом), складывающиеся между субъектами хозяйственной деятельности и непосредственно направленные на получение прибыли или иной выгоды. Другим предметом коммерческого права являются некоммерческие отношения по поводу коммерческой деятельности между субъектами коммерческой деятельности, с одной стороны, и органами федеральной, региональной и местной власти и управления — с другой.

Как показано в *главе 1*, коммерческая деятельность предприятий дифференцируется:

1) по объекту купли-продажи (факторы производства, необходимые для осуществления производственного процесса; произведенные товары и созданные технологии; свободные производственные активы; свободные денежные средства и бумажные активы);

2) по роли, которую играет предприятие в процессе купли-продажи (в одних случаях оно выступает как покупатель, в других — как продавец);

3) по характеру изменения права собственности (право собственности переходит к другому лицу — продажа, покупка; право собственности не переходит к другому лицу — аренда, лизинг);

4) по характеру выгоды в результате сделки: непосредственное получение прибыли (реализация изготовленных товаров и разработанных технологий, выполнение работ и оказание услуг), создание условий для получения прибыли в будущем (приобретение факторов производства и нововведений), снижение издержек производства (продажа или сдача в аренду свободных активов), капитализация свободных средств (инвестирование в ценные бумаги и проекты).

Разнообразны и рынки, на которых осуществляется коммерческая деятельность. Их можно дифференцировать:

1) по виду товаров (рынки: потребительских товаров, факторов производства, производственных активов, ценных бумаг);

2) по государственной принадлежности (внутренний рынок, внешний рынок);

3) по правам (льготам) участников рынка (свободные экономические зоны, зоны свободной торговли, оффшорные зоны).

Большое разнообразие коммерческой деятельности обуславливает адекватное ей разнообразие правовых норм регулирования этой деятельности.

Вместе с тем коммерческая деятельность предприятий является лишь составной частью производственно-хозяйственной деятельности. И ее успех определяющим образом зависит от потенциала предприятия (главным образом, от потенциала прибыльности). В свою очередь, будущий потенциал предприятия зависит от результатов коммерческой деятельности — прибыли, которая является основным источником инвестиций в развитие производства. В силу этого имеет место *единый производственно-коммерческий процесс, отношения субъектов которого регулируются хо-*

зяйственным и коммерческим правом. Границы между хозяйственным правом и коммерческим в известной мере условны. Так, например, нормы сертификации продукции, установленные международными актами Госстандарта РФ, определяют соответствие качества товара установленным требованиям и могут рассматриваться как нормы, регулирующие коммерческую деятельность (нельзя продавать товар, который не имеет сертификата соответствия). Но с другой стороны, эти нормы определяют требования к организации производства, испытаниям изготавливаемой продукции, а также к системе управления качеством продукции, что выходит за рамки коммерческой деятельности.

Принципы коммерческого права. Основные принципы коммерческого права тождественны основным началам гражданского законодательства (статья 1 Гражданского кодекса РФ):

✧ равенство участников коммерческих правоотношений независимо от уровня, который они занимают в **народно-хозяйственном** комплексе;

✧ неприкосновенность собственности субъектов коммерческой деятельности;

✧ свобода договора: участники коммерческих отношений свободны в установлении своих прав и обязанностей на основе договора и в определении любых непротиворечащих законодательству условий договора;

✧ беспрепятственное осуществление установленных договором прав участников коммерческих отношений, обеспечение восстановления нарушенных прав, их судебная защита;

✧ свободное перемещение по территории РФ товаров, услуг и финансовых средств (ограничения перемещения товаров и услуг могут вводиться в соответствии с федеральными законами, если это необходимо для обеспечения безопасности, защиты жизни и здоровья людей, охраны природы и культурных ценностей).

Кроме того, для коммерческого права характерны следующие принципы хозяйственного права:

✧ целенаправленность правовых воздействий на достижение обоюдных интересов участников коммерческих отношений в получении определенных результатов их коммерческой деятельности;

✧ поощрение добросовестной конкуренции и защиты от монополизма и недобросовестной конкуренции;

✧ государственное регулирование коммерческой деятельности (регулирование цен, тарифов, пошлин; лицензирование и квотирование; стандартизация и сертификация продукции и т. п.);

✧ законность коммерческой деятельности. В основу данного принципа заложено соблюдение интересов участников коммерческих отношений, государства и общества без нарушения запретов, законов и прав других лиц.

Метод правового регулирования. Под методом правового регулирования, применяемом в той или иной отрасли (подотрасли) права, понимается совокупность способов и приемов регулирования отношений между субъектами, складывающихся вследствие особых свойств предметов правового регулирования. Для коммерческих отношений справедливы методы правового регулирования, характерные для хозяйственных правоотношений в целом.

Правовое воздействие в хозяйственном праве принимает характер дозволения, предписания и запрета. Режим воздействия может быть:

✧ *властным*, когда правовая норма определена тем или иным правовым актом и обязательна к исполнению;

✧ *рекомендательным*, когда необязательная для исполнения норма применяется субъектом коммерческой деятельности в случае ее эффективности в данной ситуации;

✧ *договорным*, когда коммерческие отношения (обязательства и права сторон) определяются договором участников этих отношений.

Для метода правового регулирования характерна разнообразная природа воздействия. Дело в том, что на коммерческие, как и на хозяйственные, отношения влияет не сама правовая норма, а управляющие воздействия *экономической, мотивообразующей и организационной* природы, формируемые под влиянием правовых норм. Во многих ситуациях характер правового воздействия, его режим и природа являются комплексными.

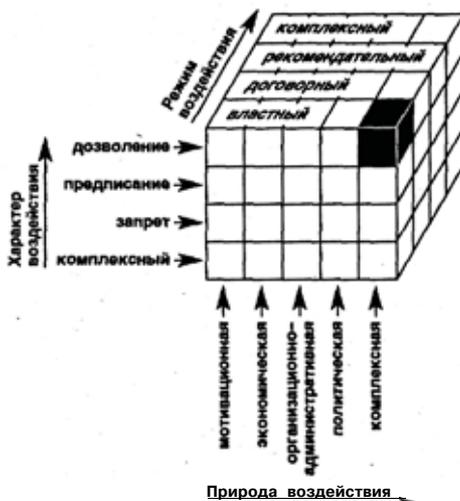
В целом метод правового регулирования призван обеспечивать:

1. Трансформацию правоотношений в мотивацию деятельности и в воздействия экономической, организационно-административной и политической природы в соответствии с природой факторов, на которые осуществляются эти воздействия;

2. Различные режимы воздействия: властное или диспозитивное (не предусматривающее наказания или поощрения) воздействия. Последнее реализуется в форме договорных или рациональных отношений, устанавливаемых самими субъектами хозяйствования в соответствии с рекомендациями правовой нормы;
3. Правовой характер воздействия, выражающийся в форме дозволения или (и) предписания, или (и) запрета, содержащихся в правовой норме.

Этим требованиям к методу правового регулирования соответствует пространственная модель воздействия на предмет регулирования (объект управления), следование которой обеспечивает разнообразие регулирующих правовых воздействий и их синтез в правовой механизм в составе комплексного механизма управления (рис. 2.1).

Разнообразие правовых воздействий создает возможность формирования альтернатив в коммерческих правоотношениях. Возможность выбора метода правового регулирования особенно привлекательна для коммерческих отношений стратегического характера, осуществляемых в условиях неопределенности внешней среды компании. В ходе реализации той или иной стратегической программы по



Р и с. 2.1. Пространственная модель метода правового воздействия

 Властное дозволение с комплексной природой воздействия

мере раскрытия неопределенностей метод правового регулирования может изменяться от дозволения рекомендательного характера до предписания или запрета властного характера.

Не исключено, что некоторые существующие хозяйственные правовые нормы не позволяют получить нужный результат, так как сдерживают (ограничивают) использование имеющихся возможностей. В этом случае хозяйственник может воспользоваться принципом: законно все, что позволяет получить нужный общественно необходимый эффект и прямо не противоречит закону, хозяйственному обычаю и нормам нравственности.

В коммерческой практике ряда зарубежных стран и в международной торговле в качестве метода правового воздействия используется *торговый обычай* — правило, сложившееся в сфере торговли на основе постоянного и единообразного повторения конкретных фактических отношений. Если обычай санкционирован государством, он становится нормой права (правовым обычаем). В договорной практике применяется также неправовой обычай (торговое обыкновение), отражающий волеизъявление сторон по договору. *Торговое обыкновение* — это заведенный порядок или фактически установленное в торговых отношениях правило, прямо не выраженное в торговле, которое используется для определенной воли сторон. Торговое обыкновение учитывается постольку, поскольку стороны знали о его существовании и имели ввиду при заключении договора.

В международной торговле роль обычая достаточно велика, в частности, для тех форм внешнеэкономического сотрудничества, которые не регламентированы законодательством.

Источники права. Под источником права в российском законодательстве понимается государственная воля, выраженная в акте компетентного государственного органа. Этими актами в коммерческом праве являются:

- ◆ Конституция Российской Федерации — главный источник всей системы права;
- ◆ кодексы Российской Федерации;
- ◆ федеральные законы Российской Федерации — основной вид источника;
- ◆ указы Президента РФ, издаваемые в дополнение или развитие законов, при наличии в них пробелов и при необходимости оперативного установления правовых норм;

❖ постановления Правительства РФ, издаваемые в пределах его компетенции в развитие и исполнение законов;

❖ технические регламенты на продукцию; процессы производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации; на выполнение работ и оказание услуг;

❖ акты министерств и ведомств, направленные на исполнение законов, указов Президента РФ и постановлений Правительства РФ. Для коммерческого права наибольшее значение имеют акты органов, действующих непосредственно в экономической сфере (Министерства финансов РФ, Министерства экономического развития и торговли РФ, Федеральной налоговой службы, Федеральной антимонопольной службы, Центрального банка РФ и др.);

❖ акты региональных органов власти и управления, издаваемые в пределах их компетенции в соответствии с разграничением полномочий между Российской Федерацией и ее субъектами;

❖ акты местных органов власти и управления, имеющие хозяйственно-правовое содержание.

В правовой системе действует принцип непротиворечивости: правовые акты органов власти и управления нижестоящего уровня не должны противоречить соответствующим правовым актам органов вышестоящего уровня.

Во внешнеэкономической коммерческой деятельности источниками права являются также правовые акты тех государств, на территории которых осуществляется **коммерческая** деятельность, и международные правовые акты. Так, возможность применения торгового обычая зафиксирована в различных арбитражных регламентах, в том числе в Регламенте Международного коммерческого арбитражного суда при Торгово-промышленной палате РФ (1995 г. в ред. от 1 июня 2001 г.), в Арбитражном регламенте Европейской экономической комиссии ООН (1966 г.) и Арбитражном регламенте Комиссии ООН по праву международной торговли (1976 г.).

Судебный прецедент. В английской правовой системе, получившей распространение в США и в странах, входящих в Британское Содружество наций, *превалирующим источником права* является судебный **прецедент** (отсюда — *прецедентное право*). Принцип судебного прецедента состоит в том, что решение суда, вынесенное по какому-либо делу, обязательно для всех судов равной и низшей инстанции при рассмотрении аналогичных дел.

Прецедентное право дает возможность суду выполнять правотворческие функции не только в случае отсутствия соответствующего закона, но и при наличии недостаточно четкой нормы.

Система коммерческого права. Под системой отрасли (подотрасли) права понимается логическое построение (структура и взаимосвязь) институтов и норм данной отрасли (подотрасли) права. Коммерческое право выделяется из системы права как подсистема, интегрирующая в себе институты и нормы ряда отраслей и подотраслей права, регулирующие коммерческую деятельность.

По общему правилу построения сложных систем любой природы один и тот же элемент системы может принадлежать нескольким подсистемам, в силу чего данные подсистемы трудно будет обособить. Это означает, что одна и та же норма права может входить в состав различных институтов права, а один и тот же институт права — в состав взаимосвязанных между собой отраслей (подотраслей) права.

Первичным элементом системы права является норма — правовое предписание, в содержание которого входят:

◆ *гипотеза* — указания конкретных обстоятельств, при которых данная норма входит в силу;

↖ *диспозиция* — указания на правила поведения субъектов, перечисленных в гипотезе;

◆ *санкция* — возможное поощрение или наказание, побуждающее субъектов действовать в соответствии с правилами, приведенными в диспозиции.

Правовой институт — первичная правовая структура, где правовые нормы группируются по их юридическому содержанию. Правовой институт регулирует определенный вид однородных отношений.

В коммерческом праве можно выделить укрупненно следующие правовые институты:

1) субъекты коммерческого права — юридические лица, их учреждение, реорганизация и ликвидация, а также индивидуальные предприниматели без образования юридического лица;

2) коммерческие организации, их организационно-правовые формы и правовое регулирование их деятельности;

3) договорный режим коммерческой деятельности;

4) правовое регулирование конкуренции и монополистической деятельности;

5) правовое регулирование купли-продажи;

- 6) правовое регулирование поставки товаров;
- 7) правовое регулирование аренды;
- 8) правовое регулирование покупки и продажи предприятий и производственных активов;
- 9) правовое регулирование покупки и продажи бумажных активов, а также коммерческой деятельности предприятий на фондовом рынке;
- 10) правовое регулирование внешнеэкономической (коммерческой) деятельности;
- 11) правовое регулирование коммерческой деятельности в свободных экономических зонах, зонах свободной торговли и оффшорных зонах;
- 12) правовое регулирование коммерческой деятельности в области использования интеллектуальной собственности;
- 13) правовая защита вещных и обязательственных прав субъектов коммерческих правоотношений;
- 14) арбитражное рассмотрение споров, вытекающих из отношений субъектов коммерческого права между собой, а также из отношений субъектов коммерческого права с государственными или иными органами.

Каждый из этих правовых институтов содержит ряд более дифференцированных правовых институтов. Например, в правовом регулировании купли-продажи можно выделить правовые институты розничной купли-продажи, поставки товаров, поставки товаров для государственных нужд, контрактации, энергоснабжения, продажи недвижимости, продажи предприятия; в правовом регулировании коммерческой деятельности в области использования интеллектуальной собственности — правовые институты коммерческого использования промышленной собственности, защиты коммерческой тайны и т. д.

Объекты коммерческих правоотношений. Главным признаком объектов коммерческих правоотношений является их *оборотоспособность*, так как только в этом случае они могут быть предметом купли-продажи, мены или других процессов оборота (аренды, лизинга, ипотеки, залога, займа, факторинга) и приносить выгоду.

Гражданский кодекс РФ относит к объектам гражданских прав *вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права; работы и услуги; информацию; результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них (интеллектуальную собственность)*, а также нематериаль-

ные блага (ст. 128 ГК РФ). Данные объекты являются объектами и коммерческих правоотношений, за исключением нематериальных благ. Последние неотчуждаемы и непередаваемы и поэтому не могут быть объектом коммерческих правоотношений (ст. 150 ГК РФ).

Объекты коммерческих правоотношений могут свободно отчуждаться, если они не изъяты из оборота или не ограничены оборотом. Виды объектов, нахождение которых в обороте не допускается, устанавливаются законом. Объекты ограниченной оборотоспособности могут либо принадлежать лишь определенным участникам оборота (например, только государственным организациям), либо находиться в обороте только по специальным разрешениям (например, оружие). Любое ограничение оборотоспособности должно осуществляться в порядке, предусмотренном законом. Земля и другие природные ресурсы являются ограниченно оборотоспособными: они могут отчуждаться или иным способом переходить от одного лица к другому только в той мере, в какой их оборот допускается законами о земле и других природных ресурсах.

Субъекты коммерческих правоотношений (хозяйственных правоотношений вообще) имеют вещные и обязательные права. *Вещные права* определяются правом собственности на принадлежащее им имущество: собственнику принадлежат *права владения, пользования и распоряжения имуществом*. *Обязательственные права* возникают из *обязательств, которые субъекты приняли на себя*, вступая в коммерческие (хозяйственные вообще) отношения.

Гражданский кодекс РФ к числу вещных прав, наряду с правом собственности, относит:

- ❖ право хозяйственного ведения;
- ❖ право оперативного управления;
- ❖ право постоянного землепользования;
- ❖ право пожизненного наследуемого владения земельным участком;
- ❖ сервитуты (право ограниченного пользования чужим земельным участком).

В юридической литературе ведется дискуссия о правовой природе права залога и права аренды: следует ли относить их к правам вещным или обязательственным. В отношении права залога приводятся следующие аргументы в пользу признания этого права вещным: права залогодержателя не ограничиваются правом на получение удовле-

творения из стоимости заложенного имущества (в случае неисполнения должником обязательства), он, при нахождении предмета залога у залогодателя, контролирует использование предмета залога и распоряжение им. Без согласия залогодержателя залогодатель, оставаясь собственником предмета залога, не вправе ни передать его другому лицу в пользование (например, в аренду), ни продать его.

Что касается права залога и прав аренды, когда их объектом является предприятие в целом как имущественный комплекс, основанием отнесения этих прав к числу вещных считается ст. 132 ГК РФ, устанавливающая, что *предприятия в целом или его часть могут быть объектом купли-продажи, залога, аренды и других сделок, связанных с установлением, изменением и прекращением вещных прав.*

Таким образом, к вещным правам относительно предприятия в целом как имущественного комплекса и относительно его части Гражданский кодекс РФ относит: право собственности; право аренды; право залога.

Это важно, поскольку вещные права по сравнению с обязательственными имеют более сильную правовую защиту: при конкуренции двух исков в отношении одного и того же имущества, если один иск основан на вещном праве, а другой — на обязательственном, шансы на удовлетворение иска выше у того субъекта, кто имеет вещное право.

Наиболее распространенным объектом коммерческих правоотношений предприятия-товаропроизводителя является изготовленная им *продукция (товар)*, реализация которой приносит прибыль. На предприятиях транспорта и сферы услуг таким объектом являются оказанные ими *услуги*, а на предприятиях, например, строительно-монтажного и проектно-технологического профиля — выполненные ими *работы*. Часто продукция, услуги и работы идентифицируются как товар. Предприятия покупают товары предприятий-поставщиков (средства и предметы труда) и продают произведенные товары. Прибыль образуется от выгоды, полученной в результате производственно-коммерческого оборота.

Прибыльность производственно-коммерческого оборота в существенной мере зависит от исключительных прав на объекты *промышленной собственности* (один из видов интеллектуальной собственности). Это права на товарный знак, фирменные наименования, наименование мест происхождения товара, изобретения, полезные модели, секреты производства, селекционные достижения.

Поскольку владение исключительными правами обеспечивает повышение прибыльности коммерческой организации и в этом состоит ценность данных прав, постольку исключительные права могут являться предметом купли-продажи.

Значимость этих прав видна, например, из развития *франчайзинга* (коммерческой концессии). Как известно, суть системы франчайзинга состоит в том, что крупное respectable предприятие предоставляет малому предприятию, начавшему свою производственно-коммерческую деятельность, *право* в течение определенного времени и в определенном месте *использовать уже освоенную и оправдавшую себя технологию, ноу-хау и свою популярную торговую марку*, обеспечивая тем самым успех как своей коммерческой деятельности, так и коммерческой деятельности малых предприятий, работающих по данной схеме.

Среди объектов коммерческих правоотношений выделяется *недвижимое* и *движимое* имущество, имеющее различный правовой режим. Право собственности и другие вещные права на недвижимое имущество, ограничение этих прав, их возникновение, переход и прекращение подлежат государственной регистрации. Регистрации прав на движимое имущество не требуется, кроме случаев, указанных в законе. Так, Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» предусмотрена государственная регистрация эмиссионных ценных бумаг (движимое имущество) в системе ведения реестра владельцев ценных бумаг.

Осуществление и передача прав, удостоверяемых ценной бумагой, возможны только при ее предъявлении. Для осуществления и передачи прав, удостоверяемых бездокументарной ценной бумагой, достаточно доказательств их закрепления в специальном реестре (обычном или компьютеризированном).

Наиболее целостным объектом коммерческих правоотношений является *предприятие как имущественный комплекс* (оно может являться объектом купли-продажи, аренды, залога).

Предприятие как имущественный комплекс включает:

- ◆ имущество, которое само по себе, вне имущественного комплекса, относится к вещам (здания, сооружения, оборудование, сырье, продукция);

- ◆ имущество, которое вне имущественного комплекса не может быть отнесено к вещам (права требования, долги);

↙ исключительные права на промышленную собственность, место которых в коммерческой деятельности отмечено выше.

- Предприятие может иметь свойства *сложной вещи* (системы), состоящей из разнородных частей, образующих единое целое и **имеющих** общее назначение. Действие сделки, заключенной по поводу сложной вещи, распространяется на все ее составные части, если договором не предусмотрено иное.

Если предприятие состоит из нескольких сложных вещей, которые могут действовать автономно и выделяться из состава предприятия без нарушения его целостности, то из него может быть выделена часть, которая сама по себе является объектом купли-продажи, залога, аренды. Коммерческие интересы могут диктовать целесообразность такого выделения, если оно сопровождается эффектом *обратного синергизма*.

Продукция предприятий ряда отраслей, в первую очередь предприятий машиностроения, представляет собой сложные вещи — технические системы, состоящие из ряда подсистем (часто нескольких уровней декомпозиции), агрегатов и узлов (элементов). Лишь последние — агрегаты и узлы — являются неделимыми. Предметом сделки могут быть система в целом (конечный продукт), подсистема, агрегат, узел (полупродукты). С подобными сделками могут иметь место предприятия, работающие в кооперации.

Одним из важнейших видов объектов коммерческих правоотношений являются *земельные участки*. Они могут принадлежать предпринимательским структурам *на праве собственности или аренды*.

Право на приобретение земельного участка в собственность или аренду возникает при покупке (приватизации) предприятия, расположенного на данном участке: покупатель имеет право приобрести (арендовать) ту часть земельного участка, принадлежащего продавцу, на котором расположено само предприятие и который необходим для его эксплуатации.

Земельное законодательство содержит ограничения в отношении субъектного состава возможных собственников некоторых земель: иностранные граждане, лица без гражданства и иностранные юридические лица не могут обладать на праве собственности земельными участками, находящимися на приграничных территориях, перечень которых устанавливается Президентом РФ, и на иных установленных особо территориях Российской Федерации в соответствии с федеральными законами.

Право постоянного землепользования предоставляется государственным и муниципальным учреждениям, федеральным казенным предприятиям, а также органам государственной власти и местного самоуправления. Право постоянного пользования находящимися в государственной или муниципальной собственности земельными участками, возникшее у граждан или юридических лиц до введения в действие Земельного кодекса РФ (от 25 октября 2001 г.), сохраняется. Однако граждане или юридические лица не вправе распоряжаться этими земельными участками. При продаже зданий, строений, сооружений, расположенных на земельных участках, предоставленных юридическим лицам (за исключением государственных и муниципальных учреждений, федеральных казенных предприятий) на праве постоянного пользования, это право подлежит переоформлению на право аренды земельных участков или земельные участки должны быть приобретены в собственность (по выбору покупателей зданий, строений, сооружений).

На основании договора земельные участки из земель, находящихся в собственности граждан или юридических лиц, могут предоставляться в безвозмездное срочное пользование другим гражданам и юридическим лицам.

Право аренды земельного участка может быть приобретено на основании договора аренды с собственником земли. Арендатором может выступать любое как физическое так и юридическое лицо. Объем прав арендатора определяется договором с арендодателем и должен соответствовать целевому назначению, указанному в первоначальном правоустанавливающем документе.

Имущественные права и обязанности, удостоверяемые *ценными бумагами*, могут быть по своей природе правами *обязательственными*, удостоверяющими право требования ее владельца (акция, облигация, депозитный и сберегательный сертификат, вексель, чек, фьючерс, опцион и т. д.) и *вещными*, удостоверяющими право собственности или другое вещное право (*товаросопроводительные документы*: коносамент (ст. 785 ГК РФ); двойное складское свидетельство, состоящее из двух ценных бумаг — складского свидетельства и залогового свидетельства, а также простое складское свидетельство (ст. 912-917 ГК РФ).

Отметим, что товаросопроводительные документы удостоверяют право на имущество, практически всегда являющееся *товаром в обращении*. Владелец товаросопроводи-

тельной ценной бумаги может распорядиться имуществом, вещное право на которое удостоверено этой бумагой (продать, обменять, заложить и т. д.), путем заключения соответствующей сделки по поводу самой ценной бумаги. Право на имущество перейдет к новому владельцу при передаче ему ценной бумаги. Таким способом эти ценные бумаги ускоряют оборот товара.

Правовой механизм регулирования коммерческой деятельности. Правовой механизм регулирования коммерческой деятельности следует рассматривать как составную часть правового механизма регулирования правоотношений между субъектами хозяйственной (предпринимательской) деятельности. Он отличается от последнего лишь множеством правоотношений, определяемых полем коммерческой деятельности предприятия и набором институтов права, призванных регулировать эти отношения.

Можно выделить четыре группы правоотношений субъектов коммерческой деятельности и правовых норм, регулирующих эти отношения (схема 2.1):



С х е м а 2.1. Структура правового механизма регулирования коммерческой деятельности предприятия (версия)

❖ нормы, регулирующие способы коммерческой деятельности предприятий (предпринимателей) и процессы их организации (создания, реорганизации, ликвидации);

❖ нормы, регулирующие правоотношения в процессах коммерческой деятельности: в области производственно-коммерческой деятельности; в области торгового оборота производственных активов; в области капитализации собственных средств и торгового оборота бумажных активов;

❖ нормы, регулирующие правоотношения с органами государственной (национальной) власти и управления;

❖ нормы, регулирующие правоотношения при рассмотрении арбитражных споров.

Следует иметь в виду, что регулиющую функцию выполняет не сама норма права, а сформированная в рамках этой нормы мотивация деятельности и соответствующие этой мотивации экономические и организационные механизмы. Нормы права в процессе их реализации воздействуют на состав и действенность указанных механизмов.

Законодательные нормы сами по себе носят субъективный характер. Степень их объективности-субъективности зависит от того, насколько законодатель близок к объективному представлению экономической, социальной и организационной сущности нормируемых правовыми актами хозяйственных процессов. Субъективный характер правовых норм не позволяет исключить противоречивого характера результатов воздействия одной и той же правовой нормы на различные механизмы, когда под влиянием этой нормы одни механизмы усиливаются, а другие ослабевают. Поэтому необходимо очень внимательно относиться к выбору правовых норм при установлении хозяйственных правоотношений и к обоснованию норм корпоративного права (внутренних норм) при их разработке.

§ 2.2. СУБЪЕКТЫ КОММЕРЧЕСКИХ ПРАВООТНОШЕНИЙ

Субъекты коммерческих правоотношений принадлежат к числу хозяйствующих субъектов. Это *российские и иностранные коммерческие организации и их объединения* (союзы или ассоциации), некоммерческие организации, занимающиеся предпринимательской деятельностью, а также *индивидуальные предприниматели*. Российская

Федерация, ее субъекты и муниципальные образования выступают в коммерческих отношениях, регулируемых гражданским законодательством, на равных началах с гражданами и юридическими лицами. Коммерческие и некоммерческие организации являются юридическими лицами.

Граждане вправе заниматься предпринимательской (в том числе коммерческой) деятельностью *без образования юридического лица* с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Юридические лица. К коммерческим организациям относятся полные товарищества, товарищества на вере, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, акционерные общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Все они являются юридическими лицами: *имеют в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечают по своим обязательствам этим имуществом, могут от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, имеют самостоятельный баланс или смету.*

Учредительными документами юридического лица являются его *устав* (для акционерных обществ и унитарных предприятий), *учредительный договор* (для полных товариществ и товариществ на вере) или *устав и учредительный договор* (для обществ с ограниченной и дополнительной ответственностью). Учредительный договор заключается, устав утверждается его учредителями.

Юридические лица подлежат государственной регистрации, которая осуществляется федеральным органом исполнительной власти (уполномоченным в порядке, установленном Конституцией РФ и Федеральным конституционным законом «О Правительстве Российской Федерации») посредством внесения в государственные реестры сведений о создании, реорганизации и ликвидации юридических лиц, а также иных сведений о юридических лицах в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ (в ред. от 23 декабря 2003 г.). Содержащиеся в государственных реестрах сведения и документы являются открытыми и общедоступными за исключением сведений о номере, дате выдачи

и органе, выдавшем документ, удостоверяющий личность физического лица. Сведения о банковских счетах юридических лиц могут быть предоставлены *исключительно* органам государственной власти и органам государственных внебюджетных фондов в случаях и в порядке, установленных Правительством РФ. Данные ограничения не применяются при предоставлении содержащих указанные сведения копий учредительных документов юридических лиц.

Регистрирующий орган в срок не более чем пять рабочих дней с момента государственной регистрации представляет сведения, содержащиеся в едином государственном



С х е м а 2.2. Классификация юридических лиц

Т а б л и ц а 2.1. Особенности организационно-правового положения коммерческих организаций

№№ п/п	Организационно-правовая форма	Учредители	Источники образования имущества	Ответственность по обязательствам	Дополнительные сведения	Законодательные акты, регулирующие правовое положение
1	Индивидуальный предприниматель	Гражданин РФ	Частное или приобретенное у государственных и муниципальных предприятий	Всем принадлежащим ему имуществом, за исключением имущества, на которое в соответствии с гражданским процессуальным законодательством не может быть обращено взыскание	Государственная регистрация в качестве индивидуального предпринимателя без образования юридического лица	
	Полное товарищество	Индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации	Вклады участников (полных товарищей)	Солидарная субсидиарная ответственность участников своим имуществом	Создается и действует на основании учредительного договора. Вклады участников могут переходить от одного к другому либо третьему лицу только с согласия остальных участников	Гражданский кодекс Российской Федерации
	Товарищество на вере (коммандитное товарищество)	Полные товарищи — индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации; коммандитисты — граждане и юридические лица	Вклады участников	Полные товарищи — всем своим имуществом, коммандитисты — в пределах вклада	Состоит из полных товарищей (они осуществляют предпринимательскую деятельность) и коммандитистов (вкладчиков), которые не принимают участие в предпринимательской деятельности. Создается и действует на основании учредительного договора, подписываемого полными товарищами	Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации »

№№ п/п	Организационно-правовая форма	Учредители	Источники образования имущества	Ответственность по обязательствам	Дополнительные сведения	акты, регулирующие правовое положение
4	Общество с ограниченной ответственностью	Граждане и юридические лица	Вклады участников	Все участники в пределах своих вкладов. Не отвечают по обязательствам общества	Создается и действует на основании учредительного договора и устава	Гражданский кодекс РФ Федеральный закон
5	Общество с дополнительной ответственностью	Граждане и юридические лица	Вклады участников	Солидарная субсидиарная ответственность участников своим имуществом	Создается и действует на основании учредительного договора и устава	«Об обществах с ограниченной ответственностью»
6	Открытое акционерное общество	Граждане и юридические лица	За счет продажи акций в форме открытой подписки	Все владельцы акций в пределах своего вклада (пакета акций)	Действует на основании устава. Участники могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров путем свободной продажи	Гражданский кодекс РФ
	Закрытое акционерное общество	Граждане и юридические лица	За счет распределения акций только среди учредителей или иного заранее определенного круга лиц	Все владельцы акций в пределах своего вклада (пакета акций)	Действует на основании устава. Вклады участников могут переходить от одного к другому только с согласия остальных акционеров	Федеральный закон «Об акционерных обществах»
	Акционерные общества работников (народное предприятие)	Участники преобразуемой коммерческой организации и работники предприятия	Имущество преобразуемой коммерческой организации и акции, размещаемые среди работников пред-	Все владельцы акций в пределах своего вклада (пакета акций)	Создаются на основании договора между участниками преобразуемой коммерческой организации и работниками предприятия, решившими стать акцио-	Гражданский кодекс РФ ФЗ «Об акционерных обществах»

№№ п/п	Организационно- правовая форма	Учредители	Источники образования имущества	Ответственность по обязательствам	Дополнительные сведения	Законодательные акты, регулирую- щие правовое положение
			приятия (более 75%), а также внешних акционеров — физических и юридических лиц		нерами народного предприятия. Действует на основании устава. Решения общего собрания принимаются по принципу «одна акция — один голос» или по принципу «один акционер — один голос»	Федеральный закон «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)»
9	Дочернее хозяйственное общество	Полные товарищества, товарищества на вере, акционерные общества, общества с ограниченной и дополнительной ответственностью (основной учредитель), а также граждане и юридические лица	Вклады участников	Солидарная субсидиарная ответственность совместно с основным учредителем. Не отвечает по долгам основного учредителя	Действует на основании учредительного договора и устава	Гражданский кодекс Российской Федерации
10	Зависимое хозяйственное общество	Акционерные общества, общества с ограниченной и допол-	Вклады участников. Вклад преобладающего учредителя должен сос-	Все участники в пределах своих вкладов	Действует на основании учредительного договора и устава	Федеральный закон «Об акционерных обществах», в части дочерних и зависимых акционерных обществ

8

Наименование	Организационно-правовая форма	Учредители	образования имущества	Ответ по обязательствам	Дополнительные сведения	Законодательные акты, регулирующие правовое положение
11	Производственные кооперативы	Граждане и юридические лица	Вклады участников	Субсидиарная ответственность в размерах и в порядке, предусмотренных законом о производственных кооперативах и уставом кооператива	Действуют на основании устава	ГК РФ Федеральный Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации»
12	Государственные и муниципальные унитарные предприятия	Органы государственной власти Российской Федерации или субъекта РФ или органы местного самоуправления	Бюджетные ассигнования	Всем принадлежащим им имуществом. По обязательствам собственника имущества не отвечают. Учредитель казенного предприятия несет субсидиарную ответственность по обязательствам казенного предприятия при недостаточности имущества	Действуют на основании устава, утверждаемого собственником имущества. Могут выступать в двух формах — основанные на праве хозяйственного ведения и праве оперативного управления. Обладают специальной правоспособностью	Гражданский кодекс Российской Федерации Федеральный закон «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях»

реестре, в государственные внебюджетные фонды для регистрации юридических лиц в качестве страхователей. В такой же срок регистрирующий орган представляет сведения о регистрации в государственные органы, определенные Правительством РФ.

Классификация юридических лиц в зависимости от целей их деятельности приведена на *схеме 2.2*. Характеристика особенностей способа действий предприятий различных организационно-правовых форм приведена в *табл. 2.1*.

Представительства и филиалы. Представительство — обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту. Филиал — обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения и осуществляющее все его функции или их часть, в том числе функции представительства.

Представительства и филиалы:

- ❖ не являются юридическими лицами;
- ❖ наделяются имуществом создавшим их юридическим лицом;
- ❖ действуют на основании утвержденных создавшим их юридическим лицом положений;
- ❖ их руководители назначаются юридическим лицом и действуют на основании его доверенности;
- ❖ должны быть указаны в учредительных документах создавшего их юридического лица.

Ответственность юридического лица. Юридические лица, кроме финансируемых собственником учреждений, отвечают по своим обязательствам *всем принадлежащим им имуществом*. Учреждения отвечают по своим обязательствам находящимися в их распоряжении денежными средствами.

Юридическое лицо *не отвечает по обязательствам учредителя (участника)* или собственника, а учредитель (участник) юридического лица или собственник его имущества *не отвечает по обязательствам юридического лица*, кроме случаев субсидиарной ответственности собственника по обязательствам казенного предприятия при недостаточности его имущества и по обязательствам учреждения при недостаточности его денежных средств, а также предусмотренных Гражданским кодексом либо учредительными документами юридического лица.

Лицо, которое в силу закона или учредительных документов выступает от имени юридического лица, обязано по требованию его учредителей (участников), если иное не предусмотрено законом или договором, *возместить убытки*, причиненные им юридическому лицу.

Если несостоятельность (банкротство) юридического лица *вызвана учредителями* (участниками), *собственником имущества* юридического лица или другими лицами, которые имеют *право давать обязательные* для этого юридического лица *указания* либо иным образом имеют возможность определять его действия, то на таких лиц в случае недостаточности имущества юридического лица может быть возложена *субсидиарная ответственность* по его **обязательствам**.

Под *субсидиарной ответственностью* понимается ответственность лица, которое в соответствии с законом, иными правовыми актами или условиями обязательства несет дополнительную к ответственности другого лица ответственность.

Реорганизация юридического лица. Реорганизация юридического лица (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование) может быть осуществлена по решению его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на то учредительными документами.

В случаях, установленных законом, реорганизация юридического лица в форме его разделения или выделения из его состава одного или нескольких юридических лиц осуществляется по решению уполномоченных государственных органов или суда.

Реорганизация юридических лиц в форме слияния, присоединения или преобразования может быть осуществлена лишь с согласия уполномоченных государственных органов.

При *слиянии* юридических лиц права и обязанности каждого из них переходят к вновь возникшему юридическому лицу.

При *присоединении* юридического лица к другому юридическому лицу к последнему переходят права и обязанности присоединенного юридического лица.

При *разделении* юридического лица его права и обязанности переходят к вновь возникшим юридическим лицам в соответствии с разделительным балансом.



С х е м а 2.3. Укрупненный алгоритм создания и реорганизации акционерного общества

При *выделении* из состава юридического лица одного или нескольких юридических лиц к каждому из них переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с разделительным балансом.

При *преобразовании* юридического лица одного вида в юридическое лицо другого вида (изменение организационно-правовой формы) к вновь возникшему юридическому лицу переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с передаточным актом.

Решение о реорганизации юридического лица должно доводиться его учредителями (участниками) или органом юридического лица, принявшим такое решение, до сведения кредиторов. Последние вправе потребовать *прекращения или досрочного исполнения обязательств*, должником по которым является данное юридическое лицо, и *возмещения убытков*.

Укрупненный алгоритм создания и реорганизации акционерного общества, установленный акционерным законодательством, представлен на *схеме 2.3*.

Ликвидация юридического лица. Ликвидация юридического лица влечет его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемника к другим лицам.

Юридическое лицо может быть ликвидировано:

✧ по решению его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на то учредительными документами, в том числе в связи с истечением сро-

ка, на который было создано юридическое лицо, с достижением цели, ради которой оно создано, или с признанием судом недействительной регистрации юридического лица в **связи** с допущенными при его создании нарушениями закона или иных правовых актов, если эти нарушения носят неустранимый характер;

✧ по решению суда в случае осуществления деятельности без надлежащего разрешения (лицензии) либо деятельности, запрещенной законом, либо с иными неоднократными или грубыми нарушениями закона или иных правовых актов, а также в иных случаях, предусмотренных законодательством .



С х е м а 2.4. Алгоритм ликвидации акционерного общества

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, ликвидируется также вследствие признания его несостоятельным (банкротом).

Алгоритм ликвидации акционерного общества представлен на *схеме 2.4*.

§ 2.3. ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРИЩЕСТВА И ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ОБЩЕСТВА

Хозяйственными товариществами и обществами (*схема 2.2*) признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. В странах Европы и в Японии хозяйственные общества и их объединения именуются *компаниями*, в США — *корпорациями*.

Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему по праву собственности. В некоторых случаях хозяйственное общество может быть создано одним лицом, которое становится его единственным участником.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме *полного товарищества* и *товарищества на вере (коммандитного товарищества)*.

Хозяйственные общества могут создаваться в *форме акционерного общества, общества с ограниченной или с дополнительной ответственностью*.

§ 2.3.1. Хозяйственные товарищества

Установленная Гражданским кодексом РФ организация хозяйственных товариществ и организация их деятельности представлены на *схемах 2.5* и *2.6*.

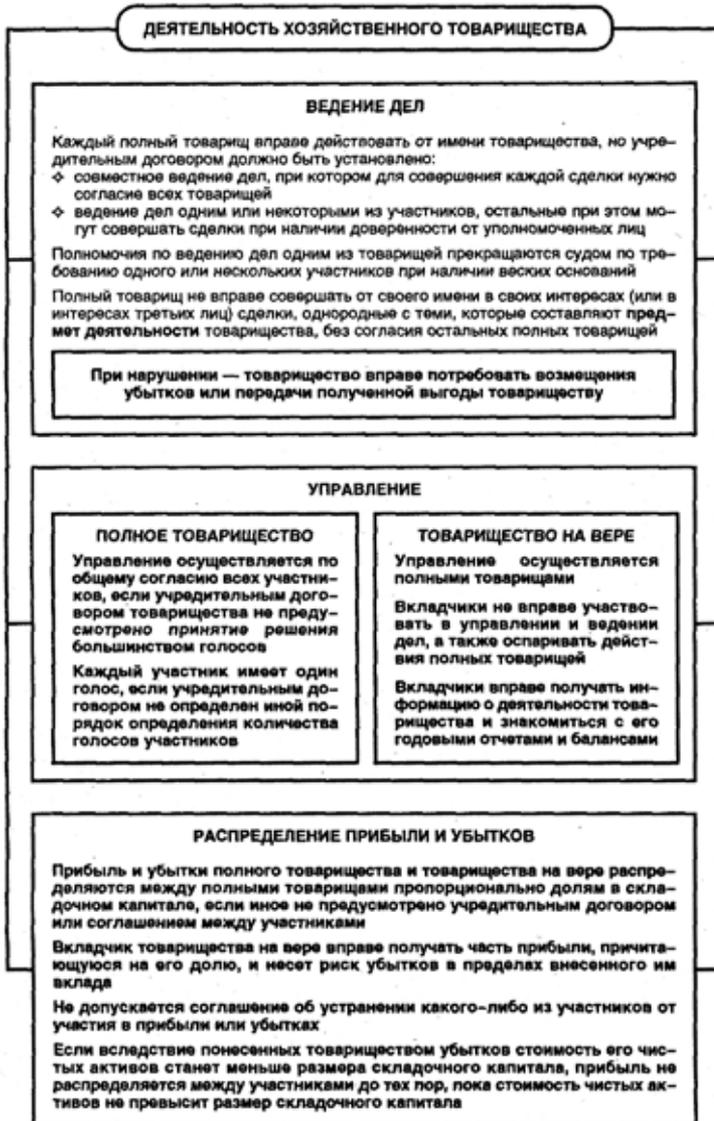
С точки зрения коммерческой деятельности важно отметить следующие особенности хозяйственных товариществ:

❖ полные товарищи ведут предпринимательскую деятельность от имени товарищества, но учредительным договором может быть установлен иной порядок ведения дел;

❖ участники-вкладчики (коммандитисты) не участвуют в предпринимательской деятельности и в управлении товариществом;



С х е м а 2.5. Организация хозяйственных товариществ



С х е м а 2.6. Организация деятельности хозяйственных товариществ

❖ полные товарищи несут *ответственность всем принадлежащим им имуществом*, участники-вкладчики несут *риск убытков лишь в пределах внесенных ими вкладов*;

❖ прибыль и убытки как полного товарищества, так и товарищества на вере распределяются между полными товарищами пропорционально их долям в складочном капитале или в соответствии с условиями договора (соглашения) между участниками. Участник-вкладчик вправе получить часть прибыли, причитающуюся на его долю, *в порядке, предусмотренном учредительным договором* (который подписывается всеми полными товарищами).

Остановимся подробнее на ответственности участников полного товарищества. Законодательная норма, предусматривающая неограниченную солидарную ответственность полных товарищей, установлена в интересах участников имущественного оборота и не может быть отменена или ограничена договором.

Неограниченная ответственность участников полного товарищества по его долгам делает его весьма привлекательным для потенциальных контрагентов, а также повышает надежность и кредитоспособность товарищества в глазах других участников имущественного оборота. Рассмотрим основные вопросы, связанные с такой ответственностью.

По долгам товарищества в первую очередь отвечает само товарищество как самостоятельный субъект права, **имеющий** свое имущество. Поэтому *имущество товарищества не может быть объектом взыскания по долгам отдельных товарищей*.

Вместе с тем полное товарищество является объединением лиц, из вкладов которых создается капитал самого товарищества. Участники товарищества извлекают прибыль от использования этого капитала, непосредственно участвуя в делах товарищества, а также несут дополнительную ответственность по его долгам. Поэтому *на долю участника в имуществе товарищества может быть обращено взыскание его личными кредиторами при недостатке иного имущества товарища для покрытия долгов*.

Таким образом, кредитор участника полного товарищества не может обратиться взысканием по частным долгам участника на имущество полного товарищества, однако он может обратиться взысканием на долю своего должника в этом имуществе, потребовав выдела части имущества товарищества.

Подлежащая выделу доля имущества или его стоимость определяется по балансу, составленному на момент предъявления кредиторами требования о выделе. Обращение взыскания на имущество, соответствующее доле участника в складочном капитале полного товарищества, прекращает его участие в товариществе. Однако при этом он в течение последующих двух лет будет ответственным по долгам товарищества (*ст. 80 ГК РФ*).

Если же такой участник передал товариществу какое-либо имущество *на праве пользования*, то на это имущество может быть обращено взыскание по его долгам, *так как оно является собственностью не товарищества, а внесшего его товарища*. Если такого имущества достаточно для удовлетворения требований кредитора, то кредитор не имеет права требовать еще и выдела доли такого участника.

Следует обратить внимание на то, что лицо, вступающее в товарищество после его образования, отвечает наравне с учредителями товарищества, в том числе и по тем обязательствам, которые возникли до вступления в товарищество. Такая ответственность лежит на нем и в том случае, если он, вступая в товарищество, не знал о тех или иных обстоятельствах, лежащих на товариществе, и даже если эти обстоятельства были от него умышленно скрыты. В последнем случае этот товарищ имеет право, кроме общего регрессного иска к остальным товарищам, предъявить к ним также иск об убытках, понесенных им вследствие введения его в заблуждение.

В случае, если участник оплатит долг товарищества, он имеет право обратного требования к остальным участникам соразмерно *доле участия каждого из них в убытках товарищества*. Эта доля участия должна быть указана в *договоре*. Если же такого указания нет, то должник, исполнивший солидарное обязательство, имеет право обратного требования к остальным должникам в равных долях, если иное не установлено законом или договором. Неуплаченное одним из *со должников* падает в равных долях на всех остальных.

В соответствии с пунктом 2 статьи 75 ГК РФ участник, выбывший из состава товарищества, отвечает по долгам товарищества в течение двух лет со дня утверждения отчета о деятельности товарищества за год, в котором он выбыл. Ответственность выбывшего товарища остается такой же, как если бы он оставался в товариществе, то есть неограниченной и солидарной. Она распространяется не **толь-**

ко на обязательства, возникшие во время его пребывания в товариществе, но и на те обязательства, которые возникли в течение всего времени, в продолжении которого он останется ответственным.

Солидарную ответственность товарищи несут по всем обязательствам полного товарищества, по каким бы основаниям эти обязательства не возникли (сделки, правонарушения, неосновательное обогащение). Кроме того, товарищи несут такую же ответственность по обязательствам, возникшим в силу сделок, заключенных кем-либо из товарищей, хотя бы и не от имени товарищества, но в его интересах.

§ 2.3.2. Общество с ограниченной ответственностью

Правовое положение общества с ограниченной ответственностью, права и обязанности его участников, порядок создания, реорганизации и ликвидации общества определяются Гражданским кодексом РФ и Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ (в ред. от 21 марта 2002 г.).

Обществом с ограниченной ответственностью (ООО) признается учрежденное 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. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

По смыслу определения, содержащегося в Законе об ООО, общество с ограниченной ответственностью является разновидностью коммерческой организации (объединения капиталов), характеризующейся, во-первых, делением уставного капитала на доли и, во-вторых, отсутствием ответственности участников по долгам общества личным имуществом.

ООО может создавать *филиалы* и открывать *представительства* (которые не являются юридическими лицами), иметь *дочерние* и *зависимые* хозяйственные общества с правами юридического лица, созданные как на территории Российской Федерации, так и за ее пределами.

Участниками общества могут быть граждане и юридические лица. ООО может быть учреждено одним лицом, которое становится его единственным участником. Общество может впоследствии стать *обществом с одним участником*. При этом в роли учредителей и участников хозяйственных обществ по общему правилу не могут выступать государственные органы и органы местного самоуправления, так как в гражданско-правовом смысле они являются финансируемыми собственником учреждениями с ограниченным вещным правом оперативного управления на свое имущество, которое исключает возможности свободного распоряжения им.

Число участников общества не должно превышать пятидесяти. В силу этого ограничения очевидно, что ООО является предпочтительной организационно-правовой формой малых предприятий (когда участники общества — преимущественно физические лица) и средних предприятий (когда участники общества — преимущественно юридические лица).

Участники общества вправе:

- ✧ участвовать в управлении делами общества;
- ✧ принимать участие в распределении прибыли;
- ✧ получать информацию о деятельности общества, знакомиться с его документацией;
- ✧ *продать* или *уступить* свою долю в уставном капитале общества либо ее часть одному или нескольким участникам данного общества;
- ✧ в любое время выйти из общества независимо от согласия других его участников;
- ✧ получить в случае ликвидации общества часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, или его стоимость;
- ✧ иметь *дополнительные права*, предусмотренные уставом общества или предоставленные по единогласному решению общего собрания участников общества.

Участники общества обязаны:

- ✧ вносить вклады в уставный капитал общества;
- ✧ не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества;
- ✧ нести *дополнительные обязанности*, определенные уставом общества или возможные по единогласному решению общего собрания.

Дополнительные права и обязанности могут предоставляться как всем без исключения участникам общества, так

гдельным его участникам. Возложение дополнительных обязанностей на конкретного участника общества либо прекращение или ограничение принадлежащих ему дополнительных прав возможно только по решению общего собрания, принятому большинством не менее двух третей голосов участников общества, и при обязательном согласии с этим самого участника. По российскому законодательству дополнительные права и обязанности считаются принадлежащими исключительно определенному участнику общества и поэтому не могут переходить при отчуждении его доли к приобретателю доли.

Закон сохранил ничем не ограниченную возможность *выхода участника из общества* в любой момент без согласия общества или других участников. Реализация такой возможности потребует выплаты уходящему участнику действительной стоимости его доли (либо выдачи с его согласия соответствующего имущества в натуре), что может поставить общество в нелегкое положение.

Учреждение общества. Следуя отечественной традиции и правилам Гражданского кодекса, Закон сохранил для данных обществ требование *двух учредительных документов*: учредительного договора (если число участников два и более) и устава.

В учредительном договоре учредители общества обязуются создать общество и определяют порядок совместной деятельности по его созданию. Учредительным договором определяются также основные параметры общества: состав учредителей (участников) общества, размер уставного капитала общества 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 (участников) общества за нарушение обязанности по внесению вкладов, условия и порядок распределения между учредителями (участниками) общества прибыли, состав органов общества и порядок выхода участников из общества.

Устав общества должен содержать:

- ✧ полное и сокращенное фирменное наименование общества;
- ✧ сведения о месте нахождения общества;
- ✧ сведения о составе и компетенции органов общества, в том числе о вопросах, составляющих исключительную компетенцию общего собрания участников общества, о по-

рядке принятия органами общества решений, в том числе по вопросам, решения по которым **принимаются** единогласно или квалифицированным большинством голосов;

- ❖ сведения о размере уставного капитала общества;
- ❖ сведения о размере номинальной стоимости доли каждого участника общества;
- ❖ права и обязанности участников общества;
- ❖ сведения о порядке и последствиях выхода участника общества из него;
- ❖ сведения о порядке перехода доли (части доли) в уставном капитале общества к другому лицу;
- ❖ сведения о порядке хранения документов общества и о порядке предоставления обществом информации участникам общества и другим лицам;
- ❖ иные сведения, предусмотренные Федеральным законом.

Устав общества может также содержать иные положения, не противоречащие федеральным законам.

Закон предусматривает, что при противоречиях в содержании учредительного договора и устава предпочтение следует отдавать уставу, причем не только в отношении с третьими лицами (на что, собственно, и рассчитан устав), но и в отношении с участниками общества.

Учредители общества:

- ❖ заключают учредительный договор;
- ❖ утверждают устав общества (решение должно быть принято единогласно);
- ❖ избирают (назначают) исполнительные органы общества;
- ❖ утверждают денежную оценку неденежных вкладов в уставный капитал общества;
- ❖ несут солидарную ответственность по обязательствам, связанным с учреждением общества (до одобрения их действий общим собранием участников).

Уставный капитал общества. Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью по Закону составляет не «из стоимости вкладов его участников» (ст. 1 ст. 90 ГК РФ), а из «номинальной стоимости долей его участников» (п. 1 ст. 14). В этом отношении Закон занял более четкую, чем Кодекс, позицию. Он различает *номинальную стоимость доли* участника, по соотношению которой с уставным (первоначальным) капиталом и определяется размер его доли, и *действительную стоимость доли*, кото-

рая соответствует части стоимости чистых активов общества, пропорциональной размеру доли участника.

Например, если уставный капитал общества на момент его создания составлял 10 млн. руб., а чистые активы в результате его деятельности составляют 40 млн. руб., то номинал доли участника, внесшего 1/5 уставного капитала общества, составит 2 млн. руб., тогда как ее действительная стоимость будет 8 млн. руб.

Таким образом, номинал доли определяется ее первоначальной оценкой, а ее действительная стоимость — реальной оценкой, которая в обычном случае должна быть выше номинала, поскольку успешно работающее общество будет иметь имущества больше, чем его уставный капитал. Из этого, в частности, следует, что стоимость вклада каждого учредителя общества не может быть меньше номинала его доли, а при приеме в общество нового участника он должен оплатить действительную, а не номинальную стоимость доли. Соответственно этому *вклады в уставный капитал* общества увеличивают номинальную стоимость долей его участников, тогда как *вклады в иное имущество* общества увеличивают действительную стоимость долей участников, не влияя на размер и номинал их долей в уставном капитале.

Уставный капитал общества не может составлять менее 100 минимальных размеров оплаты труда и рассматривается как *минимальный размер имущества общества, гарантирующий интересы его кредиторов*.

Для поддержания сложившегося между участниками общества баланса интересов уставом общества или единогласным решением его общего собрания возможно ограничение максимального размера доли участника (если, например, участники общества хотят исключить возможность преимущественного положения одного из них) либо ограничение возможности изменения соотношения их долей, то есть запрет неограниченного увеличения доли одного или нескольких участников при соответствующем уменьшении долей остальных участников. Однако такое решение должно носить общий характер, касающийся любых участников общества, и не может быть принято в отношении конкретного участника (участников).

Вкладом в уставный капитал общества могут служить *вещи* (включая деньги и ценные бумаги), а также *права требования* или *пользования*, имеющие денежную оценку.

В этом качестве не могут выступать профессиональные и иные знания и навыки, оказанные обществу услуги или обещания предоставления услуг, деловая репутация и деловые связи, так как они не могут составить объект требований возможных кредиторов общества. Кроме того, устав конкретного общества может дополнительно определить виды имущества, которые не могут служить вкладом в его уставный капитал. Следует отметить повышение гарантии в отношении переданных в уставный капитал общества *прав пользования* определенными вещами. При выходе или исключении из общества участника, передававшего обществу в качестве такого вклада имущество в пользование, а не в собственность, данное имущество остается в пользовании общества в течение срока, на который оно первоначально было передано.

Денежная оценка неденежных вкладов утверждается единогласным решением общего собрания участников общества. Неденежные вклады участников на сумму более 200 минимальных размеров оплаты труда подлежат независимой оценке. В случае завышения оценки такого вклада как участники общества, так и независимый оценщик в течение трех лет с момента его внесения несут солидарную ответственность по обязательствам общества при недостаточности его имущества в размере завышения стоимости неденежного вклада (в субсидиарном порядке).

Участники общества несут ответственность за соблюдение срока, на который имущество было передано обществу в качестве их вклада: в случае прекращения у общества права пользования имуществом до истечения срока, на который такое имущество было передано в пользование обществу в качестве вклада в уставный капитал, участник общества, передавший имущество, обязан предоставить обществу по его требованию *денежную компенсацию*, равную плате за пользование таким же имуществом на подобных условиях в течение оставшегося срока.

Срок, в течение которого каждый учредитель общества должен полностью внести свой вклад в уставный капитал, не может превышать одного года с момента государственной регистрации общества. К моменту государственной регистрации общества его уставный капитал должен быть оплачен не менее чем на половину.

Наряду с защитой интересов потенциальных кредиторов Закон устанавливает ряд новых гарантий для участни-

ков общества. Так, для сохранения размера имеющихся у них долей и поддержания сложившегося баланса их взаимных и имущественных интересов установлены специальные правила об изменении (увеличении и уменьшении) размера уставного капитала общества.

Увеличение уставного капитала общества допускается тремя способами. Во-первых, оно возможно *за счет имущества самого общества* (без дополнительных вкладов его участников), то есть за счет его чистых активов. Для того чтобы сумма увеличения ($\Delta УК$) отражала реальный, а не фиктивный прирост имущества общества, она, очевидно, не должна превышать разницу между стоимостью его чистых активов ($ЧА$)* и суммой уставного капитала ($УК$) и резервного фонда ($РФ$), то есть:

$$\Delta УК \leq [ЧА - (УК + РФ)],$$

или вновь образованный уставный капитал ($УК = УК + \Delta УК$) не должен превышать разницу между чистыми активами и резервным фондом:

$$\overline{УК} \leq ЧА - РФ.$$

При этом размер долей участников общества остается неизменным, но увеличивается их номинал, а в структуре капитала общества увеличивается соотношение суммарной номинальной стоимости долей его участников (уставного капитала) к их действительной (оценочной, рыночной) стоимости ($К$):

$$\frac{\overline{УК}}{К} > \frac{УК}{К}$$

Увеличение уставного капитала за счет имущества повышает гарантии кредиторам и позволяет обществу при необходимости увеличить суммарный объем обязательств, что ведет к снижению резервной величины чистых активов.

Если превышение чистых активов над уставным капиталом составляет $АЧА - К - УК$, то при увеличении суммарных обязательств на величину приращения уставного капитала ($\Delta УК$) резервная (в данном случае — фактическая) величина чистых активов будет:

$$\Delta ЧА = К - (УК + \Delta УК),$$

то есть уменьшается на величину $\Delta УК$.

* Чистые активы — это сумма активов за вычетом суммарных обязательств.

Вследствие уменьшения резервной величины чистых активов повышается риск несостоятельности общества, поэтому увеличение уставного капитала за счет имущества общества и, соответственно, увеличение объема суммарных обязательств целесообразно лишь при благоприятных для общества условиях.

Во-вторых, увеличение уставного капитала возможно за счет *дополнительных вкладов участников* в уставный капитал. Дополнительные вклады могут быть произведены всеми участниками общества пропорционально их долям, что в этом случае приведет к увеличению их номинальной стоимости при сохранении размера доли каждого из участников.

Общее собрание своим решением определяет:

✧ общую стоимость дополнительных вкладов

$$\Delta K = \sum_{i=1}^n \Delta B_{K_i},$$

где ΔB_{K_i} — действительная стоимость дополнительного вклада i -го участника; n — число участников общества;

✧ единое для всех участников соотношение (η) между стоимостью дополнительного вклада и суммой увеличения номинала доли (ΔHC_i).

Закон предусматривает, что номинальная стоимость доли участника общества может увеличиваться на сумму, равную или меньшую стоимости его дополнительного вклада, то есть $\Delta HC_i < \Delta B_{K_i}$.

Данная норма исходит из того, что *при увеличении уставного капитала резервная величина чистых активов не должна уменьшаться*. В подтверждение этого приведем некоторые преобразования.

В соответствии с изложенной раньше нормой $\eta_i = \eta = \text{const}$ — для всех участников общества,

$$\eta = \frac{\Delta HC_i}{\Delta B_{K_i}} \leq 1,0.$$

Уставный капитал за счет дополнительных вкладов участников увеличивается на ΔUK , при этом:

$$\Delta UK = \sum_{i=1}^n \Delta HC_i = \eta \sum_{i=1}^n \Delta B_{K_i} = \eta \Delta K.$$

Если суммарные обязательства общества будут равны уставному капиталу, то резервная величина чистых активов составит:

∇ до увеличения уставного капитала

$$АЧА = K - УК;$$

◇ после увеличения уставного капитала

$$\begin{aligned}\Delta АЧА &= (K + АК) - (УК + АУК) = \{K + АК\} - (УК + \eta \Delta K) = \\ &= (K - УК) + АК(1 - \eta) = АЧА + АК(1 - \eta).\end{aligned}$$

Если $\eta = 1,0$, то $АЧА = АЧА$; при $\eta < 1,0$ $АЧА > АЧА$.

Это означает, что при увеличении уставного капитала общества за счет дополнительных вкладов всех участников общества в соответствии с установленной в Законе правовой нормой резервная величина чистых активов общества не уменьшится, если общество будет принимать дополнительные обязательства в пределах уставного капитала.

Законом предусмотрено, что дополнительные вклады в уставный капитал могут сделать не все, а лишь некоторые участники или участник общества. Для этого также необходимо решение общего собрания, так как в результате не только увеличивается номинал долей (доли) участников, внесших дополнительный вклад, но и размер их доли, а следовательно, соответственно уменьшаются доли других участников.

В-третьих, увеличение уставного капитала возможно *за счет вкладов вновь принимаемых участников* (если эта возможность прямо не исключена уставом конкретного общества). При этом обязательно решение общего собрания, в частности, потому, что увеличение капитала таким образом всегда влечет соответствующее изменение долей участников. Номинал доли нового участника общества не может превышать стоимости его вклада и, как правило, должен быть меньше этой стоимости, так как определенная часть его вклада должна служить оплатой соответствующей части чистых активов общества (новый участник должен оплатить действительную, а не номинальную стоимость выделяемой ему доли).

Уменьшение уставного капитала общества допускается двумя способами: либо путем пропорционального уменьшения номинальной стоимости долей всех участников (с сохранением размера их долей), либо путем погашения долей, принадлежащих обществу. Правила поведения заинтересованных сторон в различных ситуациях, связанных с уменьшением уставного капитала, представлены в *табл. 2.2*. Алгоритм внесения изменений в уставный капитал общества и связанные с этим изменения устава общества показаны на *схеме 2.7*.

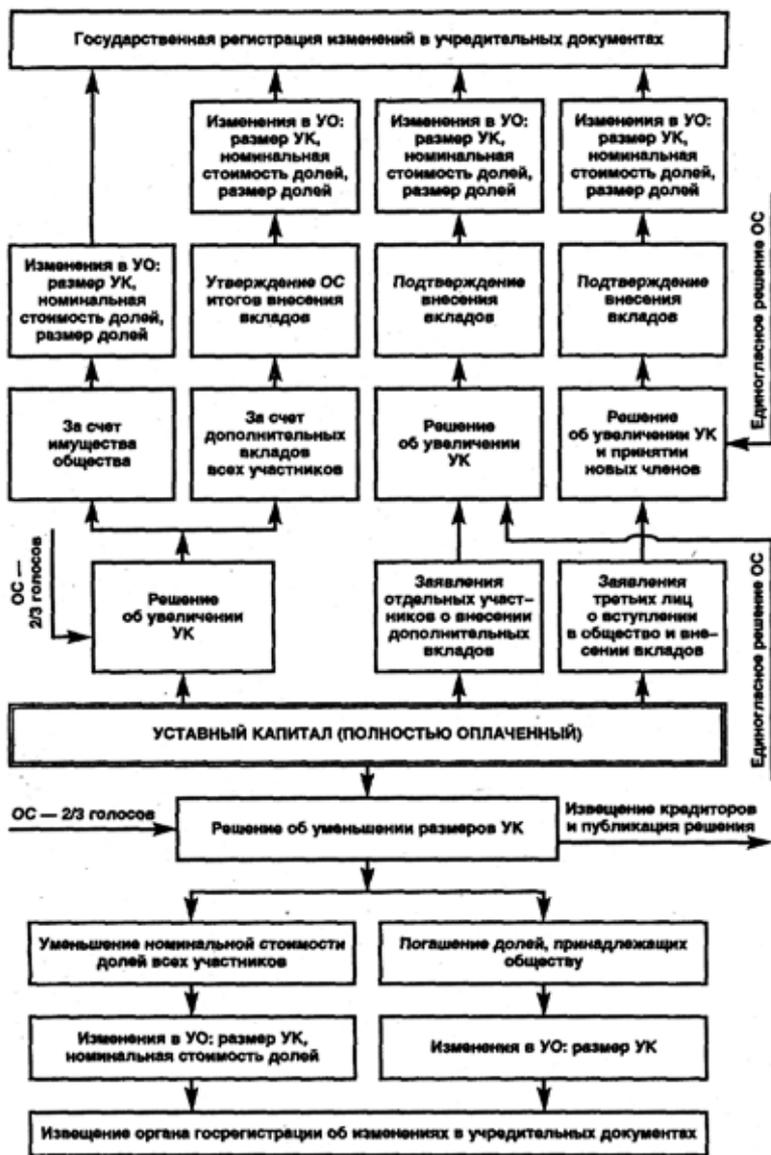
Т а б л и ц а 2.2.

Сложившаяся ситуация	Правила поведения заинтересованных сторон
<p>1. Неполная оплата уставного капитала общества в течение года с момента его государственной регистрации</p>	<p>Общество должно <i>или объявить об уменьшении своего уставного капитала</i> до фактически оплаченного его размера и зарегистрировать его уменьшение в установленном порядке, <i>или принять решение о ликвидации общества</i></p>
<p>2. По окончании второго и каждого последующего финансового года стоимость чистых активов общества стала:</p> <ul style="list-style-type: none"> — меньше его уставного капитала; — меньше минимального размера уставного капитала 	<p>Общество обязано объявить об <i>уменьшении своего уставного капитала</i> до размера, не превышающего стоимости его чистых активов, и зарегистрировать такое уменьшение</p> <p>Общество <i>подлежит ликвидации</i></p>
<p>3. Общество приняло решение об уменьшении уставного капитала</p>	<p>Общество обязано в течение тридцати дней с даты принятия такого решения <i>письменно уведомить</i> об уменьшении уставного капитала общества и о его новом размере <i>всех известных ему кредиторов</i> общества, а также опубликовать в органе печати, в котором публикуются данные о государственной регистрации юридических лиц, сообщение о принятом решении.</p> <p>Кредиторы общества вправе в течение тридцати дней с даты направления им уведомления или в течение тридцати дней с даты опубликования сообщения о принятом решении <i>письменно потребовать досрочного прекращения или исполнения соответствующих обязательств общества и возмещения им убытков</i></p>
<p>4. В ситуациях 1, 2 общество в разумный срок не приняло решения об уменьшении своего уставного капитала или о своей ликвидации</p>	<p>Кредиторы вправе потребовать от общества досрочного прекращения или исполнения обязательств общества и возмещения им убытков.</p> <p>Орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц, либо иные государственные органы или органы местного самоуправления, которым право на предъявление</p>

Сложившаяся ситуация	Правила поведения заинтересованных сторон
	такого требования предоставлено федеральным законом, в этих случаях вправе предъявить требование в суд о ликвидации общества
5. Недостаток имущества общества для выплаты выходящему из общества участнику действительной стоимости его доли	<p>Общество обязано выплатить участнику общества, подавшему заявление о выходе из общества, действительную стоимость его доли или выдать ему в натуре имущество такой же стоимости.</p> <p>Действительная стоимость доли участника общества выплачивается за счет разницы между стоимостью чистых активов общества и размером его уставного капитала. В случае, если такой разницы недостаточно для выплаты участнику общества, подавшему заявление о выходе, общество обязано уменьшить свой уставный капитал на недостающую сумму</p>

Закон устанавливает правила перехода доли (части доли) участника общества в уставном капитале общества к другим участникам и третьим лицам; приобретения обществом доли (части доли) в уставном капитале; залога долей участников; обращения взыскания на долю (часть доли) участника общества. В дополнение к Закону такие правила могут быть установлены уставом общества.

Участник общества *вправе продать* или иным способом *уступить* свою долю в уставном капитале общества либо ее часть одному или нескольким участникам данного общества или, если это не запрещено уставом общества, третьему лицу. При этом участники общества пользуются *преимущественным правом покупки* доли (части доли) участника общества *по цене предложения третьему лицу пропорционально размерам своих долей*, если уставом общества или соглашением участников общества не предусмотрен иной порядок осуществления данного права. Уставом общества может быть предусмотрено *преимущественное право общества* на приобретение доли (части доли), продаваемой его участником, если другие участники общества не использовали свое преимущественное право покупки доли (части доли). Право покупки доли (части доли), *непропорциональной* размерам долей участников общества, может быть предусмотрено уставом общества при его учреждении, внесено, изменено и исключено из устава общества по ре-



С х е м а 2.7. Алгоритм внесения изменений в уставный капитал (УК) и устав общества (УО)

ОС — общее собрание участников общества

шению общего собрания участников общества, принятому *всеми участниками единогласно*.

Возможность сохранения неизменным состава участников общества с ограниченной ответственностью — одно из преимуществ данной организационно-правовой формы. С этой целью Закон разрешает устанавливать уставом конкретного общества запрет не только продажи, но и *иной уступки доли* (части доли) участника третьим лицам либо обязательное согласие общества или остальных его участников на такую уступку или продажу.

Устав общества может предусматривать необходимость получения согласия остальных участников общества и на переход доли к наследникам или иным правопреемникам лица, являвшегося участником общества.

Участник общества вправе *заложить* принадлежащую ему долю (часть доли) в уставном капитале общества другому участнику общества или, если это не запрещено уставом общества, третьему лицу с согласия общества по решению общего собрания участников.

Залог участником общества принадлежащей ему доли (или ее части) третьему лицу также может быть запрещен уставом общества. Ведь при продаже доли (ее части) с публичных торгов (в том числе при ее реализации в качестве предмета залога) приобретатель доли становится участником общества независимо от согласия самого общества или других его участников.

В случае, если уставом общества уступка доли (части доли) участника общества третьим лицам запрещена, а другие участники общества от ее приобретения отказываются, а также в случае отказа в согласии на уступку доли (части доли) участнику общества или третьему лицу, если необходимость получить такое согласие предусмотрена уставом общества, общество обязано приобрести по требованию участника общества его долю (часть доли).

Доля, принадлежащая обществу, в течение одного года со дня ее перехода к обществу должна быть по решению общего собрания участников общества *распределена между всеми участниками пропорционально их долям* в уставном капитале общества либо продана (по решению общего собрания участников общества, принятому единогласно) всем или некоторым участникам общества и (или), если это не запрещено уставом, третьим лицам и полностью оплачена. Нераспределенная или непроданная часть доли

должна быть погашена с соответствующим уменьшением уставного капитала общества.

Обращение по требованию кредиторов *взыскания на долю* (часть доли) участника общества в уставном капитале общества по долгам данного участника допускается только на основании решения суда при недостаточности для покрытия долгов другого имущества участника общества. При этом общество вправе выплатить кредиторам действительную стоимость доли (части доли) участника общества.

Участник общества *вправе в любое время выйти из общества* независимо от согласия других его участников или общества. При этом его доля переходит обществу и общество обязано выплатить ему действительную стоимость его доли или (при наличии согласия) выдать ему в натуре имущество такой же стоимости. Если выплата осуществляется за счет уменьшения уставного капитала, то это влечет крайне неблагоприятные для общества последствия.

Вклады в имущество общества. Участники общества обязаны, если это предусмотрено уставом общества, по решению общего собрания участников вносить вклады в имущество общества пропорционально их долям в уставном капитале, если иной порядок определения размеров вкладов в имущество общества не предусмотрен уставом общества.

Эти вклады не изменяют размеры и номинальную стоимость долей участников общества в уставном капитале общества. Они увеличивают чистые активы и величину превышения чистых активов над уставным капиталом.

Уставом общества может быть предусмотрена максимальная стоимость вкладов в имущество общества, вносимых всеми или определенными его участниками, а также могут быть предусмотрены иные ограничения, связанные с внесением вкладов в имущество общества.

Распределение прибыли. Общество вправе ежеквартально, раз в полгода или раз в год принимать решение о распределении своей чистой прибыли между участниками общества пропорционально их долям в уставном капитале общества. Однако в уставе общества по единогласному решению общего собрания его участников может быть установлен иной порядок распределения прибыли. Общество *не вправе распределять прибыль* между его участниками:

- ◆ до полной оплаты всего уставного капитала общества;
- ◆ до выплаты действительной стоимости доли (части доли) участника в случаях дополнительных вкладов участ-

ников в уставный капитал или вступления в общество третьего лица;

❖ если общество отвечает признакам несостоятельности (банкротства) или если указанные признаки появятся у общества в результате распределения прибыли;

❖ если стоимость чистых активов общества меньше его уставного капитала и резервного фонда или станет меньше их размера в результате распределения прибыли.

Размещение обществом облигаций. Общество вправе размещать облигации и иные эмиссионные ценные бумаги в порядке, установленном законодательством о ценных бумагах. Размещение облигаций допускается на *сумму, не превышающую размера уставного капитала или величины обеспечения*, предоставленного обществу в этих целях третьими лицами, после полной оплаты уставного капитала.

При отсутствии обеспечения, предоставленного обществом третьими лицами с целью гарантировать выполнение обязательств перед владельцами облигаций, размещение облигаций допускается не ранее третьего года существования общества при условии надлежащего утверждения к этому времени двух годовых балансов общества.

В случае публичного размещения облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг общество *обязано ежегодно публиковать годовые отчеты* и бухгалтерские балансы, а также раскрывать иную информацию о своей деятельности, предусмотренную федеральными законами и принятыми в соответствии с ними нормативными актами.

Управление обществом. Высшим органом управления обществом является общее собрание его участников (может быть очередным и внеочередным). *Каждый участник общества имеет* на общем собрании участников *число голосов, пропорциональное его доле в уставном капитале общества* (за исключением случаев, предусмотренных Федеральным законом). Уставом общества по единогласному решению общего собрания может быть установлен иной порядок определения числа голосов, принадлежащих одному участнику.

С целью защиты интересов мелких участников общества Закон допускает *кумулятивное голосование* при избрании членом наблюдательного совета и коллегиального исполнительного органа ООО (если такое голосование предусмотрено в уставе общества). При кумулятивном голосовании даже меньшинство участников способно провести свою кандидатуру в выборные органы.

Компетенция общего собрания участников общества определяется уставом общества в соответствии с Федеральным законом об ООО.

К исключительной компетенции общего собрания участников общества относятся:

1) определение основных направлений деятельности общества, а также принятие решения об участии в ассоциациях и других объединениях коммерческих организаций;

2) изменение устава общества, в том числе изменение размера уставного капитала (принимается большинством не менее 2/3 голосов всех участников общества);

3) внесение изменений в учредительный договор (принимается всеми участниками общества единогласно);

4) образование исполнительных органов общества и досрочное прекращение их полномочий, а также принятие решения о передаче полномочий единоличного исполнительного органа общества коммерческой организации или индивидуальному предпринимателю (управляющему), утверждение такого управляющего и условий договора с ним;

5) избрание и досрочное прекращение полномочий ревизионной комиссии (ревизора) общества;

6) утверждение годовых отчетов и годовых бухгалтерских балансов;

7) принятие решения о распределении чистой прибыли общества между участниками общества;

8) утверждение (принятие) документов, регулирующих внутреннюю деятельность общества (внутренних документов общества);

9) принятие решения о размещении обществом облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг;

10) назначение аудиторской проверки, утверждение аудитора и определение размера оплаты его услуг;

11) принятие решения о реорганизации или ликвидации общества (принимается всеми участниками общества единогласно);

12) назначение ликвидационной комиссии и утверждение ликвидационных балансов;

13) решение иных вопросов, предусмотренных Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Компетенция общего собрания в области коммерческой деятельности показана в *табл. 2.3*.

Т а б л и ц а 2.3. Компетенция общего собрания участников **ООО в области коммерческой деятельности**

Вопросы, решение которых относится к компетенции общего собрания	РЕШЕНИЕ ПРИНИМАЕТСЯ			
	Единогласно	Не менее 2/3 голосов от общего числа голосов участников общества	Не менее 2/3 голосов от общего числа голосов участников общества, если необходимость большего числа голосов не предусмотрена уставом общества	Большинством голосов всех участников общества, если необходимость большего числа голосов не предусмотрена уставом общества
1	2	3	4	5
Дополнительные права и обязанности участников общества	Предоставление дополнительных прав участнику (участникам) общества Прекращение или ограничение дополнительных прав, предоставленных всем участникам общества Возложение дополнительных обязанностей на всех участников общества Прекращение дополнительных обязанностей	Прекращение или ограничение дополнительных прав, предоставленных определённому участнику общества Возложение дополнительных обязанностей на определённого участника общества (при условии, что участник общества, на которого возлагаются дополнительные обязанности, голосовал за принятие такого решения или дал письменное согласие)		
Уставный капитал, вклады в уставный капитал, имущество общества	Утверждение денежной оценки вносимых неденежных вкладов (при учреждении общества) Денежная оценка неденежных вкладов в уставный капитал, вносимых участниками общества и принимаемыми в общество третьими лицами Увеличение уставного капитала по заявлению участника общества или (если не запрещено уставом) третьих лиц	Изменение размера уставного капитала общества Изменение и исключение положений устава, регулирующих порядок определения размеров вкладов в имущество общества непропорционально размерам долей участников, а также ограничения , связанные с вне-	Увеличение уставного капитала за счет имущества общества Увеличение уставного капитала за счет внесения дополнительных вкладов участни-	

1	2	3	4	5
	<p>Обязанность по внесению вкладов в имущество общества</p> <p>Порядок определения размеров вкладов в имущество общества, непропорциональных размерам долей участников общества, а также ограничения, связанные с внесением вкладов в имущество общества и соответствующие изменения учредительных документов в связи с изменением и исключением указанных положений</p>	<p>сением вкладов в имущество в отношении отдельного участника</p>	<p>Решение о внесении вкладов в имущество общества</p>	
<p>Распределение прибыли</p>	<p>Распределение прибыли в ином порядке, чем это предусмотрено законом, а также утверждение связанных с этим изменений устава</p>			<p>Принятие решения о распределении чистой прибыли общества между его участниками</p>
<p>Сделки</p>				<p>Принятие решения о размещении обществом облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг</p> <p>Решение о совершении обществом сделки, в которой имеется заинтересованность,* принимается общим собранием участников большинством голосов от общего числа голосов тех участников, которые не заинтересованы в этой сделке</p>

* Имеется в виду заинтересованность члена совета директоров (наблюдательного совета) общества, лица, осуществляющего функции единоличного исполнительного органа общества, члена коллегиального исполнительного органа общества или заинтересованность участника общества, имеющего совместно с его аффилированными лицами 20 и более процентов голосов от общего числа голосов участников общества. Указанные лица признаются заинтересованными в совершении обществом сделки в случаях, предусмотренных статьей 45 Закона.

В структуре управления обществом допускается образование *наблюдательного совета (совета директоров)*, контролирующего прежде всего деятельность исполнительных органов общества. Ведь по Закону к компетенции наблюдательного совета относятся формирование исполнительных органов общества, досрочное прекращение их полномочий, а также дача согласия на совершение от имени общества крупных сделок или сделок, в совершении которых имеется заинтересованность лиц, входящих в состав исполнительных органов или наблюдательного совета общества. Однако эта основная функция ослаблена возможностью участия в его деятельности членов коллегиального исполнительного органа (число которых может достигать до 1/4 состава совета директоров).

Уставом общества может быть также предусмотрено образование ревизионной комиссии (избрание ревизора). В обществах, имеющих более 15 участников, наличие ревизионной комиссии (ревизора) является обязательным. Функции ревизионной комиссии (ревизора) общества может осуществлять утвержденный общим собранием участников аудитор (не связанный имущественными интересами с обществом, членами совета директоров, с лицом, осуществляющим функции единоличного исполнительного органа, членами коллегиального исполнительного органа и участниками общества).

Руководство текущей деятельностью общества (точнее — оперативное управление обществом) осуществляется избранным общим собранием и подотчетным ему и совету директоров исполнительным органом. Исполнительный орган может быть единоличным (генеральный директор, президент, управляющий), однако наряду с ним устав общества может предусмотреть образование коллегиального исполнительного органа (правления, дирекции). Общество вправе передать по договору полномочия своего единоличного исполнительного органа управляющему, если такая возможность прямо предусмотрена уставом общества.

Единоличным исполнительным органом общества, а также членом его коллегиального исполнительного органа может быть *только физическое лицо* (если речь не идет об управляющей компании). В этой роли, следовательно, не может выступать представитель юридического лица или публично-правового образования, действующий на основании доверенности. Более того, это физическое лицо выступает здесь в личном качестве (а не как должностное лицо

одного из участников) и поэтому не может быть без решения общего собрания или наблюдательного совета заменено, например, в случае его отстранения от должности другим должностным лицом соответствующей организации. С одной стороны, это обстоятельство укрепляет статус такого лица и снимает ряд практических затруднений, связанных с участием в обществах других юридических лиц или публично-правовых образований. С другой стороны, оно должно усилить его осмотрительность, так как за неблагоприятные результаты своих действий по отношению к обществу физическое лицо может ответить личным имуществом.

Закон устанавливает полную *имущественную ответственность членов наблюдательного совета и коллегиального исполнительного органа общества* за убытки, причиненные обществу их виновными действиями. Аналогичную ответственность перед обществом несет также единоличный исполнительный орган или управляющая компания (наемный управляющий). При этом с иском о ее применении вправе обращаться не только само общество, но и любой из его участников, что существенно повышает эффективность применения ответственности.

Реорганизация и ликвидация общества. Реорганизация общества может быть осуществлена в форме *слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования* по правилам, установленным Гражданским кодексом РФ для реорганизации юридических лиц.

Общество вправе преобразоваться в *акционерное общество, общество с дополнительной ответственностью или производственный кооператив*.

Общество может быть ликвидировано добровольно в порядке, установленном Гражданским кодексом РФ с учетом требований Федерального закона и устава общества. Общество может быть ликвидировано также по решению суда по основаниям, предусмотренным Гражданским кодексом Российской Федерации.

Ликвидация общества влечет за собой его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам.

Общее собрание участников добровольно ликвидируемого общества принимает решение о ликвидации общества и назначении ликвидационной комиссии.

Оставшееся после завершения расчетов с кредиторами имущество ликвидируемого общества распределяется лик-

видационной комиссией между участниками общества в следующей очередности:

✧ в первую очередь осуществляется выплата участникам общества распределенной, но невыплаченной части прибыли;

✧ во вторую очередь осуществляется распределение имущества ликвидируемого общества между участниками общества пропорционально их долям в уставном капитале общества.

Требования каждой очереди удовлетворяются после полного удовлетворения требований предыдущей очереди.

Если имеющегося у общества имущества недостаточно для выплаты распределенной, но не выплаченной части прибыли, имущество общества распределяется между его участниками пропорционально их долям в уставном капитале общества.

§ 2.3.3. Общество с дополнительной ответственностью

Обществом с дополнительной ответственностью признается учрежденное *одним или несколькими лицами* общество, уставный капитал которого разделен *на доли* определенных учредительными документами размеров; участники такого общества *солидарно несут субсидиарную ответственность* по его обязательствам *своим имуществом* в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества.

К обществу с дополнительной ответственностью применяются правила Гражданского кодекса РФ об обществах с ограниченной ответственностью.

§ 2.3.4. Акционерное общество

Порядок создания, реорганизации и ликвидации акционерных обществ, их правовое положение, права и обязанности акционеров, правовые нормы защиты их прав и интересов определяются Гражданским кодексом РФ, Фе-

Федеральным законом «Об акционерных обществах» от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ (в ред. от 6 апреля 2004 г.) и Федеральным законом «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» от 19 июля 1998 г. № 115-ФЗ (в ред. от 21 марта 2002 г.). Особенности правового положения акционерных обществ, созданных при приватизации государственных и муниципальных предприятий, более 25 процентов акций которых закреплено в государственной или муниципальной собственности или в отношении которых используется *специальное право на участие* Российской Федерации, субъектов Российской Федерации или муниципальных образований *в управлении* указанными акционерными обществами («*золотая акция*»), определяются Федеральным законом «О приватизации государственного и муниципального имущества» от 21 декабря 2001 г. № 178-ФЗ. Обладатель специального права («золотой акции») имеет право *вето* при принятии на общем собрании акционеров решений по наиболее важным вопросам деятельности общества.

Правовое положение акционерного общества. *Акционерным обществом признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу.* Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут *риск убытков*, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Общество является юридическим лицом и имеет в собственности обособленное имущество. Оно несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

Таким образом:

✧ имущество общества находится в общей собственности акционеров;

✧ каждый отдельный акционер *не имеет прав на имущество общества*, так как нельзя обособить его долю от общего имущества, в силу чего акционер обладает лишь *обязательственными правами* и поэтому не может выступать в качестве субъекта хозяйственных отношений.

К организации и деятельности акционерного предприятия недостаточно подходить только с точки зрения его имущественных и обязательственных прав. Акционерное предприятие — это *производственно-хозяйственная, социаль-*

ная и экологическая целеустремленная развивающаяся система, в которой имущество находится в общей собственности акционеров.

Определение акционерного общества как коммерческой организации недостаточно полно отражает его целеустремленность. В понятии гражданского права коммерческими организациями признаются организации, *преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.* Однако такое нормативное определение цели не соответствует объективному предназначению производства: производство существует исключительно для удовлетворения потребностей общества (без потребностей не может быть производства). Поэтому объективно *главной целью* деятельности акционерного предприятия является *удовлетворение определенных общественных потребностей.* Получение прибыли для производственно-хозяйственных структур является промежуточной целью: она необходима для последующего реинвестирования в развитие производства в интересах удовлетворения новых или растущих потребностей. Таким образом, *получение прибыли подчинено более высокой цели — удовлетворению потребностей.* Как без потребностей нет производства, так и без удовлетворения потребностей нет прибыли.

Сущность акционерного дела заключается, в первую очередь, в привлечении средств инвесторов (акционеров) для ускорения развития производства путем реинвестирования получаемой прибыли. Поэтому основную (но не главную) цель акционерного общества более полно отражает формула: *рост собственного капитала акционерного общества за счет накопления и реинвестирования получаемой прибыли.* Эта цель подчинена главной цели — удовлетворению потребностей общества в товарах и услугах определенного вида.

В финансовом менеджменте, получившем широкое распространение в корпорациях США, в качестве основной цели деятельности фирмы принимается *максимизация доходов акционеров.* Это выражается в *максимизации цен на акции* и, следовательно, в максимизации стоимости капитала фирмы. Менеджеры при этом исходят из того, что *максимизация цен на акции полезна для общества.* Чтобы цены на акции росли, необходимо, во-первых, работать эффективно и снижать издержки; во-вторых, производить такую продукцию, которая нужна потребителям, что, в свою очередь, требует разработки новых технологий, но-

вых товаров и создания новых рабочих мест, и, наконец, фирма должна обеспечить качественное и своевременное обслуживание, иметь достаточные запасы товаров и удобное местоположение. Все эти факторы необходимы для получения прибыли и повышения цены акции, но они же приносят прямую выгоду и обществу в целом.

Так или иначе, но субъективная цель предпринимателя — получить прибыль благодаря объективным закономерностям производственного процесса и рыночной конкуренции трансформируется в объективную цель — удовлетворить потребности общества.

Законом установлено, что общество несет *ответственность* по своим обязательствам *всем* принадлежащим ему *имуществом*. Особо стоит вопрос об ответственности за банкротство АО, вызванное действиями (бездействием) акционеров и других лиц, имеющих право давать обязательные для выполнения указания либо другим образом определять его действия. На указанных акционеров и других лиц в случае недостаточности имущества общества может быть возложена *субсидиарная ответственность по обязательствам общества*. Поскольку закон устанавливает, что ответственность «может быть возложена», очевидно, что решение этого вопроса относится к компетенции суда, если ответственные лица не признают ее добровольно при предъявлении обществом претензии.

Однако наибольшая трудность в реализации установленной субсидиарной ответственности заключается в сложности (а нередко в невозможности) доказательства, что банкротство явилось следствием тех **или** иных действий или распоряжений. Результаты производственно-хозяйственной деятельности носят многофакторный характер, и **выявление** значимости тех или иных факторов требует серьезной аналитической работы, что, в свою очередь, возможно при хорошо поставленном учете и наличии высококвалифицированных кадров. Более того, закон устанавливает, что ответственность указанных акционеров и (или) лиц наступает *только в случае*, если они *заведомо знали*, что результатом их действий или исполнения обществом их обязательств распоряжений будет банкротство общества (*ст. 3 Федерального закона об акционерных обществах*), то есть если они умышенно действовали во вред обществу.

Основательность этой нормы закона вызывает сомнение, во-первых, практической недоказуемостью того, что лица,

причинившие вред, «заведомо знали» о последствиях. Во-вторых, умышленные действия с подобными целями и результатами могут носить характер скрытого рефлексивного воздействия (один из методов экономической агрессии).

Филиалы и представительства. Акционерное общество может создавать *филиалы* и открывать *представительства*, правовое положение которых показано в табл. 2.4.

Филиалы корпораций США создаются преимущественно в *стратегических зонах хозяйствования* (СЗХ), где компания имеет долгосрочные интересы. СЗХ образуются в определенных географических районах по принципу однородности удовлетворяемых потребностей, по типу используемой технологии или виду выпускаемой продукции, по типу клиента (см. главу 1). Функции компании в конкретной СЗХ выполняются ее филиалами. В отношении каждой СЗХ фирма определяет свои *стратегические позиции в конкуренции* (усиливать СЗХ, поддерживать или свертывать деятельность с тем или иным темпом). Таким образом, в крупных компаниях филиал является *основным элементом производственной структуры*. Иногда в состав филиала входят несколько заводов (фабрик). Представительства компаний открываются чаще всего в районах сосредоточения *стратегических ресурсов, предприятий, находящихся с компанией* в производственной или науч-

Т а б л и ц а 2.4.

Параметр	Правило
Функции	Филиал: все функции АО. Представительство: представление и защита интересов АО.
Законодательные основания	Федеральные законы и законодательство соответствующего иностранного государства.
Юридический статус	Не являются юридическим лицом; действуют на основании <i>положения</i> , утвержденного АО.
Владение имуществом	Наделяется имуществом, которое учитывается на отдельном балансе и балансе АО.
Ответственность за деятельность	Несет создавшее их АО.
Информация о филиалах и представительствах	Содержится в уставе АО; при изменении сведений уведомляется орган государственной регистрации юридических лиц.



С х е м а 2.8. Классификация акционерных обществ

но-технической *кооперации*, а также в *районах активной коммерческой деятельности*.

Классификация акционерных обществ. В российском законодательстве акционерные общества классифицируются по признакам: экономических отношений, способов размещения акций и государственной принадлежности (*схема 2.8*). Эта классификация в основном соответствует международной практике.

По признаку экономических отношений акционерное общество может быть *основным (материнским), дочерним, зависимым и сестринским*. Эти отношения отражают экономическую субординацию юридически самостоятельных предприятий: самостоятельные субъекты хозяйствования связаны с волей других субъектов хозяйствования и находятся в той или иной степени под контролем последних.

Основное и дочернее общества. Наибольшая степень экономической зависимости имеет место между основным и дочерним обществами. Основное общество имеет *возможность определять решения*, принимаемые дочерним обществом в силу *преобладающего* участия в его уставном капитале или в соответствии с заключенным между ними *договором*, и несет *солидарную ответственность* по обязательствам дочернего общества. Уставом дочернего общества или договором между ним и основным обществом может быть предусмотрено право последнего давать дочернему обществу обязательные для него указания. В этом случае, если исполнение такого указания привело к банкротству дочернего общества, основное общество несет *субсидиарную ответственность по его долгам*. Если же

исполнение обязательного указания привело к убыткам, то акционеры дочернего общества вправе требовать от основного общества возмещения этих убытков. Очевидно, что дочернее общество во избежание банкротства должно своевременно возбуждать требования о возмещении убытков.

Однако субсидиарная ответственность основного общества за причинение убытков наступает только в том случае, если оно заранее знало, что исполнение его указаний приведет к банкротству или убыткам дочернего общества. К сожалению, закон *защищает* дочернее общество лишь *от агрессии* основного общества и *не защищает от некомпетентности* его обязательных указаний.

Существующая норма Закона вызывает необходимость осторожного поведения дочернего общества в отношении с основным обществом:

✦ при заключении договора с ним или определении отношений с основным обществом в уставе дочернего общества необходимо предварительно оценить мотивы конкуренции и кооперации, которыми руководствуется основное общество. Если основному обществу присущи мотивы агрессии или соперничества, сопровождаемые рефлексивным воздействием, следует избегать предоставления ему права давать дочернему обществу обязательные для него указания. В этом случае основное общество вынуждено предлагать свои решения органам управления дочерним акционерным обществом в порядке, предусмотренном уставом дочернего общества, что существенно ослабляет действенность агрессии;

✦ выработать порядок анализа компетентности и мотивированности обязательных указаний основного общества на предмет целесообразности исполнения или заявления протеста в случае, если исполнение указания повлечет повышенный риск убытков. Такая мера приведет к тому, что основное общество будет поставлено в положение, когда оно заведомо знало о последствиях выполнения его обязательного указания.

Основное и зависимое общества. Общество признается зависимым, если основное (преобладающее) общество имеет более 20% его голосующих акций. Зависимым обществам также следует проявлять осторожность в отношении с преобладающим обществом, так как наличие у последнего около 25% голосующих акций дает возможность основному обществу блокировать в своих интересах принятие общим собранием акционеров решений по

вопросам, требующим большинства в три четверти голосов. К таким вопросам относятся:

✧ внесение изменений и дополнений в устав общества или утверждение устава в новой редакции;

✧ реорганизация общества;

✧ ликвидация общества, назначение ликвидационной комиссии и утверждение промежуточного и окончательного ликвидационных балансов;

✧ определение количества, номинальной стоимости, категории (типа) объявленных акций и прав, предоставляемых этими акциями;

✧ приобретение обществом размещенных акций в случаях, предусмотренных Законом.

Закон предоставляет акционерным обществам возможность избежать подобной ситуации: уставом общества могут быть предусмотрены *ограничения количества акций, принадлежащих одному акционеру* (юридическому или физическому лицу), и их суммарной номинальной стоимости, а также ограничение *максимального числа голосов, предоставляемых одному акционеру*.

Степень зависимости общества от другого (преобладающего) общества является важной характеристикой зависимого общества как субъекта хозяйственных отношений. Например, при совершении крупной сделки с таким обществом требуется оценить, в какой мере такая сделка будет поддержана блокирующим меньшинством.

Сестринское общество. Дочерние общества одного материнского общества по характеру отношений между собой признаются сестринскими обществами. Экономические отношения между сестринскими обществами могут строиться по схемам: материнское — дочернее, материнское — зависимое, взаимозависимые, взаимодействие и одностороннее участие. В частности, сестринские отношения взаимной зависимости характерны для концернов координации.

От доли участия одного общества в другом зависит, в какой степени участник может влиять на принятие решений и контролировать деятельность дочернего или зависимого общества. Эта степень влияния зависит также от модели распределения акций контролируемого общества. Во всех случаях, если в уставе общества отсутствуют ограничения максимального числа голосов, предоставляемых одному акционеру — владельцу голосующих акций, преобладающее участие приобретает владелец контрольного паке-

та (50% обыкновенных акций + одна акция). Однако опыт зарубежных акционерных обществ показывает, что при распылении акций между мелкими акционерами для преобладающего участия достаточно иметь пакет в 20—30% обыкновенных акций. В этом случае различия между дочерними и зависимыми обществами стираются.

Материнское, дочернее, сестринское и зависимое общества выступают структурными единицами объединений акционерных обществ в сложные структуры.

Открытые и закрытые акционерные общества. По степени открытости законодательство различает только две формы общества: *открытое* и *закрытое*. Открытое общество вправе проводить *открытую подписку* на выпускаемые им акции и осуществлять их *свободную продажу*, а также имеет право проводить *закрытую подписку*. Закрытое общество вправе распределять свои акции *только среди его учредителей* или другого *заранее определенного круга лиц* (например, среди работников данного предприятия) и не может проводить открытую подписку. С учетом того, что открытое общество вправе проводить и закрытую подписку, фактически степень открытости общества для внешних акционеров будет определяться соотношением открытой и закрытой подписки. Следовательно, *общество реально может быть открытым, полуоткрытым (полузакрытым) и закрытым*. Так, юридически открытое общество с контрольным пакетом акций у трудового коллектива предприятия на самом деле является полуоткрытым, так как реализует по открытой подписке только 49% акций.

Законодательство ограничивает масштабы закрытого акционерного общества численностью акционеров: если число акционеров превысит 50, то общество в течение года должно быть *преобразовано в открытое*. Мотивация такой нормы не вполне ясна: она не ограничивает размера акционерного капитала и, следовательно, масштаба производственно-хозяйственной деятельности закрытого общества, так как акционерами могут выступать как физические, так и юридические лица, обладающие крупным капиталом.

Создание закрытых акционерных обществ с крупным капиталом следует ожидать, в первую очередь, в отраслях производства, занимающих лидирующее положение в развитии технологий, участие в которых обещает высокие прибыли. Учредители таких обществ заинтересованы в том, чтобы как можно более сузить круг участников,

Российские, иностранные и совместные акционерные общества. Российское акционерное законодательство позволяет:

а) российским акционерным обществам — создавать *доочерные* и *зависимые* общества, а также открывать свои *филиалы* и *представительства* за пределами территории Российской Федерации в соответствии с законодательством РФ и законодательством иностранного государства;

б) иностранным инвесторам осуществлять инвестирование путем:

- ❖ долевого участия в *совместных предприятиях*;
- ❖ создания предприятий, *полностью принадлежащих иностранным инвесторам*, а также *филиалов иностранных юридических лиц*;
- ❖ приобретения *предприятий, долей участия* в предприятиях, *паев, акций*.

Государство гарантирует иностранным инвесторам не менее благоприятный правовой режим, чем для российских инвесторов.

Интеграция производства и концентрация капитала

Путем создания крупных многоуровневых компаний, в которых самыми разнообразными способами сочетаются материнские, дочерние, сестринские, зависимые и экономически полностью самостоятельные хозяйственные общества, достигается концентрация капитала и производства в интересах повышения его эффективности и более полного удовлетворения общественных потребностей, что в конечном итоге повышает конкурентоспособность компании.

Концентрация капитала и интеграция производства способствуют:

- ❖ установлению стабильных производственно-хозяйственных связей между предприятиями по технологической цепи производства конечного продукта;
- ❖ достижению сбалансированности деятельности предприятий по жизненному циклу продукции: по созданию новых видов продукции и новых технологий, по производству продукции, ее обращению и обеспечению полноценного использования у потребителей;
- ❖ снижению издержек на единицу продукции за счет расширения масштабов производства и, следовательно, **повышению** ценовой конкурентоспособности продукции;

↘ накоплению капитала в интересах повышения темпов научно-технического развития и достижения лидирующего положения на рынке;

◇ созданию благоприятных условий для диверсификации производства, обеспечивающей гибкость реакций на изменения внешней среды предприятия и возможность маневрирования ресурсами в интересах предпочтительного выбора стратегических позиций в конкурентной борьбе;

↘ созданию собственной системы научно-технического развития, обеспечивающей сочетание различных стратегий развития (доминирования, лидерства и т. д.).

В постиндустриальной эпохе развитие технологий стало опережать развитие потребностей, что позволило создавать продукцию для привития и удовлетворения новых потребностей. Переход к этой эпохе сопровождается повышением сложности продукции и вовлечением в ее изготовление новых производств. Это делает интеграцию производств неизбежной.

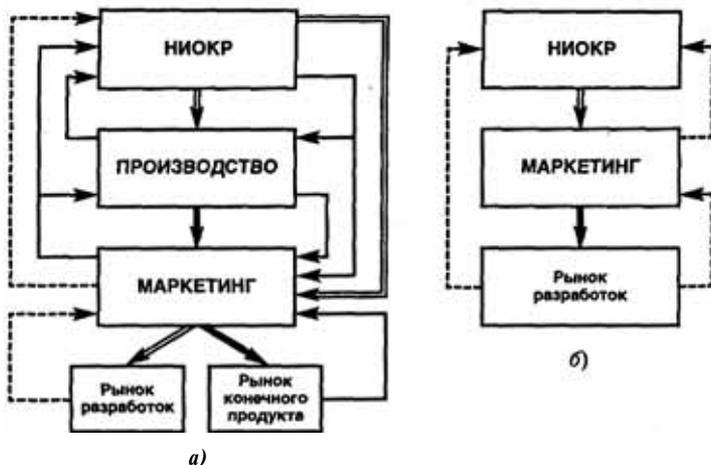
В силу интеграции производств растет сложность самой производственной системы (многоуровневой компании) и повышается степень ее целостности, что ведет к снижению темпов развития системы и уменьшению гибкости реакции на изменения внешней среды. Поэтому *интеграция производств должна сопровождаться их дезинтеграцией*. Последняя достигается:

а) сохранением юридической самостоятельности хозяйственных обществ и возможности их выделения из компании;

б) формированием внутрифирменных предпринимательских структур.

Закономерности способа действия акционерной компании. Объективной основой формирования структуры и способа действия акционерной компании является жизненный цикл продукции и технологическая цепь производства.

Жизненный цикл продукции включает следующие стадии: *исследование и проектирование продукции и технологии (НИОКР), изготовление, обращение (складирование, транспортирование, сбыт), эксплуатация (потребление) и утилизация*. В международных стандартах ИСО серии 9000 «Система качества» жизненный цикл продукции представлен в форме «петли качества», отражающей последовательность циклов обновления продукции. В управлении предприятием этот жизненный цикл трансформируется в функции предприятия: *НИОКР, производство, маркетинг (рис. 2.2)*.



Р и с. 2.2. Функциональные взаимосвязи по разработкам и конечному продукту:

a — подразделения НИОКР входят в состав предприятия;

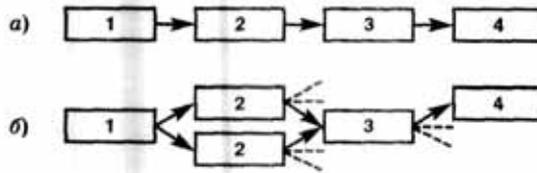
б — НИОКР выполняется самостоятельной организацией


 — материальные связи по конечному продукту и разработкам соответственно;
 — информационные связи

Предприятия имеют различный набор функций по жизненному циклу продукции. Наиболее типичный вариант: предприятие выполняет функции производства продукции и ее сбыта, частично — функцию НИОКР в части продукта производства и очень ограниченно — в части технологической системы. Чем выше сложность выпускаемой продукции, тем в большей степени функция НИОКР принадлежит внешним организациям. Таким образом, схема «НИОКР — производство — маркетинг» реализуется предприятиями не полностью.

При специализации предприятия по продукту производства и стадиям его жизненного цикла характерны две типичные структуры (рис. 2.3):

a) предприятие охватывает все стадии жизненного цикла выпускаемой продукции (рис. 2.3, *a*). Такая структура характерна для производственных систем машиностроительных отраслей, выпускающих продукцию в виде однородных технических систем средней сложности. Например, ВАЗ имеет в своем составе научные, проектно-конструкторские (по продукту и технологическому оборудованию),



Р и с. 2.3. Специализация производственных систем по продукту производства и стадиям жизненного цикла продукта:

- а** — все стадии жизненного цикла осуществляются единой производственной системой;
- б** — каждая стадия жизненного цикла осуществляется самостоятельной производственной системой.

испытательные и производственные подразделения, а также торгово-технические центры, обеспечивающие выполнение функций НИОКР, производства и маркетинга;

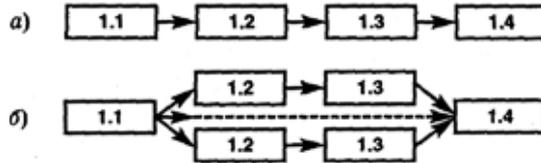
б) предприятие специализируется по тому или иному этапу (стадии) жизненного цикла (*рис. 2.3, б*). В этом случае на каждой стадии жизненного цикла продукт поступает в специализированные сравнительно обособленные научно-производственные структуры. В таких структурах он выступает в различных качествах:

- ◆ на стадии исследования и проектирования — как опытный образец (опытная партия);
- ◆ на стадии изготовления — как конечный продукт (предмет труда);
- ◆ на стадии обращения — как потребительная стоимость;
- ◆ на стадии потребления — как средство труда или средство удовлетворения общественных потребностей, свойства которого подлежат целенаправленному использованию, сохранению и восстановлению.

Такие структуры характерны для многих производственных систем, выпускающих разнообразную продукцию. Так как предприятия-товаропроизводители в таких структурах не имеют собственной системы развития, ограничиваясь работами по модернизации продукта на основе базовых моделей, модификации технологии и организации труда на новом оборудовании, их техническое развитие осуществляется внешней системой развития.

Для научно-опытно-производственных комплексов характерны структуры, приведенные на *рис. 2.4*:

а) системы, специализирующиеся по продукту и охватывающие все фазы исследований и разработок (1.1—1.4).



Р и с. 2.4. Специализация научно-опытно-производственных комплексов по научным направлениям, разрабатываемому продукту и этапам стадии исследований и разработок:

1.1 — исследования; 1.2 — проектирование и конструирование;
1.3 — производство опытных образцов; 1.4 — испытания и доводка

Такие структуры характерны для разработки многих видов продукции средней сложности;

б) системы, специализирующиеся по фазам жизненного цикла, а в отдельных фазах — по научным направлениям и продукту производства. Такая структура характерна для создания продукта высокой сложности, когда на этапе исследований (1.1) требуется специализация по научным направлениям (например, в авиационной промышленности: ЦАГИ — крупное научное объединение, специализирующееся на аэродинамических испытаниях всех классов и типов самолетов), на этапах проектирования (1.2) и опытного производства (1.3) — по продукту производства (например, по определенному классу самолетов), на этапе испытания конечной продукции (1.4) имеет место лишь функциональная специализация — испытания (например, ЛИИ — летные испытания всех типов самолетов).

Научно-производственные системы, продукцией которых являются сложные многоуровневые системы, имеют структуру, комбинированную из структур, показанных на рис. 2.3, а, б. Структура таких научно-опытно-производственных комплексов приведена на рис. 2.4, а, б. Очевидно, что в структурах такого типа только отдельные элементы могут принадлежать предприятию. Так, элементы 1.2 и 1.3 (см. рис. 2.4, б) могут быть структурными подразделениями предприятия, если разрабатываемая ими продукция производится только на данном предприятии или предприятие, кроме того, готово продавать лицензии на производство этой продукции другим предприятиям.

Наиболее плодотворная реализация правового института экономической зависимости акционерных обществ (основное — дочернее — зависимое), деятельность которых охватывает жизненный цикл продукции или отдельные его

стадии, может быть обеспечена созданием концерна координации. При организации акционерных компаний на основе объединения предприятий по технологической цепи производства использование данного правового института принесет наибольший эффект при создании концерна подчинения или (и) холдинговой компании.

Для технологических цепей промышленного производства характерны три типа сетей связи (рис. 2.5):

1. *Открытая сеть связей между производствами, специализированными по однородному конечному продукту.* В такой цепи исходное сырье (исходный полупродукт) последовательно подвергается переработке в n производствах. Центром такой производственной системы (головным производством) является производство, изготавливающее конечный продукт (см. рис. 2.5, а), так как оно более других производств заинтересовано в результатах деятельности всех элементов технологической цепи. Такая сеть связей характерна для металлургической, текстильной, химической, лесной и других отраслей промышленности.

2. *Сеть связей с разветвлением выходов (из первого производства цепи), поступающих в ряд параллельно действующих производств, в которых из аналогичных полупродуктов изготавливают различные конечные продукты (см. рис. 2.5, б).* Центральным элементом такой

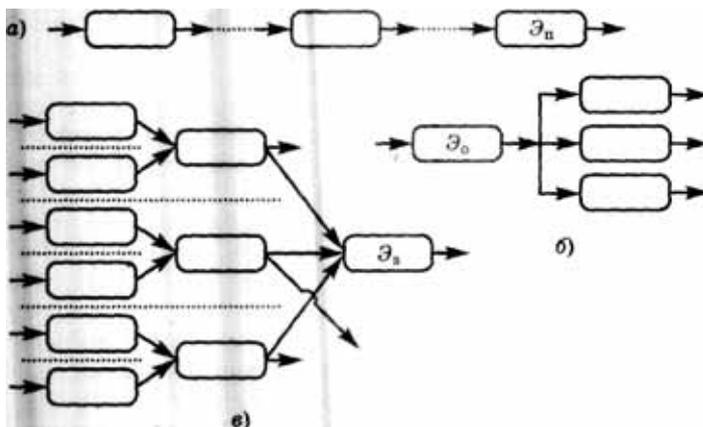


Рис. 2.5. Типичные структуры технологической цепи

{ Э } — головное предприятие цепи

производственной системы является производство, перерабатывающее исходное сырье (исходный полупродукт). Такая структура имеет место, в частности, в нефтехимической, деревообрабатывающей, обувной и швейной промышленности.

3. *Сеть связей с различными входами исходного сырья (полупродукта) в ряд производств, одно'-двухкаскадным разветвлением входов в последующие производства, одно-двухуровневым полупродуктом и конечным продуктом (см. рис. 2.5, в).* В среднем звене такой производственной системы производятся полупродукты для конечного звена, которые сами по себе могут являться конечными продуктами. Центральными в таких структурах являются предприятия с разветвлением входов. Такая структура характерна для машиностроительных отраслей промышленности (авиационной, автомобильной, судостроительной и т. п.).

Из указанных типов сетей связи могут проектироваться различные технологические цепи. Например, элемент \mathcal{E}_0 на рис. 2.5, б может быть представлен структурой с открытой сетью связи, изображенной на рис. 2.5, а; отдельные производства могут иметь структуру типа представленных на рис. 2.5, а, б и т.д.

Смешанная холдинговая компания своей производственной (технологическая цепь типа А) или научно-производственной (технологическая цепь типа АВ) деятельностью будет оказывать наибольшее влияние на успех компании в целом, если эта деятельность осуществляется элементом \mathcal{E}_1 в схеме рис. 2.5, а, элементом \mathcal{E}_0 в схеме рис. 2.5, б, элементом \mathcal{E}_3 в схеме рис. 2.5, в.

Образование крупных акционерных компаний является завершающим этапом разгосударствления. Основные цели создания таких компаний:

- ❖ оптимизация производственно-хозяйственных связей между предприятиями России и СНГ и достижение сбалансированности их деятельности по жизненному циклу продукции;

- ❖ концентрация и накопление капитала в интересах повышения темпов развития производства;

- ❖ создание благоприятных условий для диверсификации производства, обеспечивающей гибкость реакций на изменения внешней среды предприятия и возможность маневрирования ресурсами в интересах предпочтительного выбора стратегических позиций в конкурентной борьбе;

❖ создание собственной системы научно-технического развития, обеспечивающей сочетание различных стратегий развития (доминирования, лидерства и т. д.).

Для российской промышленности в период реформы особо актуальной стала проблема обеспечения производственно-хозяйственных связей и сбалансированности деятельности по стадиям жизненного цикла продукции. Разрыв производственно-хозяйственных связей вследствие разрушения созданного в дореформенный период единого народнохозяйственного комплекса бывшего СССР и ликвидации отраслевого управления промышленностью, не компенсированный новыми формами организации общественного производства и управления им, привел к ряду негативных последствий. Главные из них:

❖ нарушение кооперации по технологической цепи производства, вызвавшее значительное снижение объемов выпуска продукции и ритмичности производства;

❖ разбалансированность деятельности по стадиям жизненного цикла продукции (НИОКР, производство, маркетинг), приведшая к замедлению темпов обновления и создания новой продукции и новых технологий.

Решить возникшие проблемы только правовыми, административными и финансовыми мерами невозможно. Необходимо устранить первопричины, вызвавшие эти последствия: восстановить утраченные производственно-хозяйственные связи и устранить разбалансированность деятельности предприятий на основе их объединения в корпоративные структуры. Основными формами таких объединений являются концерны подчинения, концерны координации и холдинговые компании. Следует отметить, что в них акционерные общества в значительной степени теряют свою хозяйственную, но сохраняют правовую независимость.

Многоуровневые компании. Акционерное законодательство ввело необходимые инструменты для формирования объединений нового типа. Это:

❖ юридическое лицо, сохраняющее свою самостоятельность в группе предприятий, объединившихся в компании;

❖ юридическая техника интеграции и дезинтеграции юридических лиц (акционерных обществ) путем их слияния, присоединения, разделения и выделения;

❖ правовые механизмы приобретения предприятий, долей участия в предприятиях, паев, акций и иного имущества;

❖ нормы, определяющие правовое положение и правоотношения основных, дочерних, зависимых и сестринских акционерных обществ как структурных элементов компании.

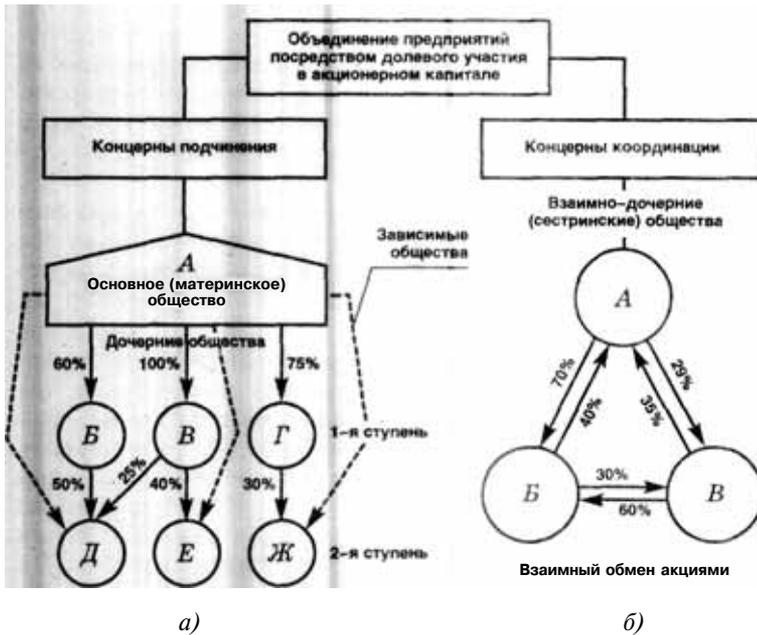
Основными формами многоуровневых компаний являются: *концерн подчинения, концерн координации, холдинговая компания.*

Концерны подчинения (материнские и дочерние компании). Эти концерны образуются путем приобретения контрольного пакета акций. Влияние на деятельность акционерного общества начинается при доле участия в 25% акционерного капитала. Благодаря этому можно предотвращать принятие решений на общем собрании акционерного общества (*блокирующее меньшинство*), для которых требуется квалифицированное большинство. Если же материнская компания владеет по меньшей мере 75% акционерного капитала дочернего общества, то господствующее влияние на управление акционерной компанией будет безраздельным. Благодаря долевою участию в капитале компании можно построить целую цепочку **зависимостей**. Например, фирма *A* приобретает 80% акций фирмы *B*, фирма *B* приобретает 75% акций фирмы *C* и т. д. В результате этого материнская компания *A* через дочернее общество *B* владеет другими компаниями. Во многих случаях финансовые, личные и договорные переплетения крупных концернов столь многосторонни, что бывает довольно сложно определить все взаимосвязи.

Концерны координации (сестринские компании). Концерн может быть создан таким образом, что отдельные входящие в него компании производят *взаимный обмен акциями*. Тем самым все члены концерна оказывают взаимное влияние на проводимую концерном политику, который в то же время остается под единым руководством.

Холдинговая компания. Акционеры отдельных предприятий, входящих в концерн, могут свои акции или большую часть этих акций переводить материнской компании-держателю (холдинговая компания), которая эти акции «держит» и выпускает свои акции. Таким образом, она через капитал господствует над всеми членами концерна, лично не участвуя при этом ни в производстве, ни в торговых операциях.

Холдинговые компании появились впервые в США в конце XIX века, когда штат Нью-Джерси разрешил образование корпораций, основная деятельность которых за-



Р и с. 2.6. Разновидности концернов

ключалась в управлении другими компаниями посредством скупаемых ими акций.

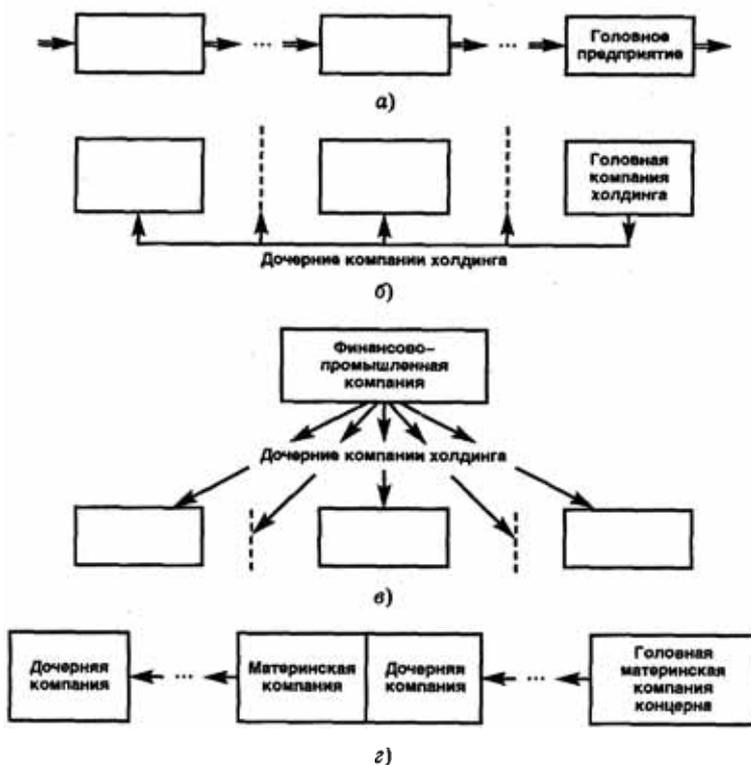
Одно из достоинств холдинга состоит в том, что такая структура позволяет одной компании получить контроль над другой при гораздо меньшем объеме инвестиций, чем в случае присоединения. Холдинг может скупать акции постепенно, что не приводит к повышению их цены, как это часто имеет место при покупке компании. Кроме того, для приобретения контроля над другой компанией путем скупки акций не требуется согласия акционеров этой компании.

На рис. 2.6 приведены примеры концерна подчинения (а) и концерна координации (б). В примере (а) основное акционерное общество концерна имеет доленое участие в капитале дочерних обществ Б, В, Г, а через них участвует в обществах Д, Е, Ж. Такая материнская компания может быть также холдинговой.

В примере (б) общества А, Б, В имеют доленое участие в капитале между собой. Каждое предприятие имеет у себя более 25% акций другого предприятия (блокирующее

меньшинство). Таким образом, они оказывают взаимное влияние на руководство концерна.

Концерн координации учреждается акционерными обществами в целях интеграции и достижения сбалансированности функций НИОКР, производства и маркетинга, а также в интересах решения таких их общих задач, как производственное и научно-техническое развитие, установление долговременных связей по закупке крупных партий сырья и полупродуктов, организация внутреннего рынка рабочей силы и т. д.



С х е м а 2.9. Варианты корпоратизации предприятий при технологической цепи производства конечного продукта с последовательными связями (версия):

- а) технологическая цепь производства; б) смешанная холдинговая компания; в) финансово-промышленная холдинговая компания; г) концерн подчинения

— связи экономической зависимости

— технологические связи.

Концерн подчинения и холдинговая компания создаются чаще всего для объединения производств по технологической цепи.

При *поточной сети связей* между предприятиями возможно образование трех типов структур (*схема 2.9*):

а) смешанная холдинговая компания, в которой головное предприятие принадлежит материнской компании, владеющей контрольными пакетами акций всех остальных компаний технологической сети, являющихся дочерними. Единое управление в такой структуре осуществляется материнской компанией;

б) холдинговая компания, в которой материнской выступает финансово-промышленная структура, непосредственно не участвующая в производстве, но являющаяся держателем контрольных пакетов акций компаний, владеющих предприятиями технологической сети. Материнская компания осуществляет стратегическое, преимущественно финансовое, управление дочерними компаниями, самостоятельность которых в этой схеме шире, чем в схеме (а);

в) концерн подчинения, в котором головной материнской компании принадлежит головное предприятие технологической сети, а все остальные компании будут считаться дочерними или зависимыми. В данной схеме каждая компания является материнской по отношению к компании, владеющей предшествующим по технологической цепи предприятием. Единое управление осуществляется головной материнской компанией. Экономическая взаимозависимость предприятий в такой структуре более тесная. И, следовательно, их самостоятельность более ограничена, чем в схеме (а).

Интеграция промышленных и финансовых структур в финансово-промышленные группы. *Финансово-промышленная группа (ФПГ)* — совокупность юридических лиц, действующих как основное и дочерние общества либо полностью или частично объединивших свои материальные и нематериальные активы (система участия) на основе договора о создании финансово-промышленной группы в целях *технологической или экономической интеграции* для реализации инвестиционных и иных проектов и программ, направленных на повышение конкурентоспособности и расширение рынков сбыта товаров и услуг, повышение эффективности производства, создание новых рабочих мест.

Правовые основы **создания**, деятельности и ликвидации финансово-промышленных (промышленно-финансовых) групп установлены Федеральным законом «О финансово-промышленных группах» от 30 декабря 1995 г. № **190-ФЗ**.

Основными участниками ФПГ являются предприятия по производству товаров и услуг (промышленные структуры), банки и иные кредитные организации. Дочерние хозяйственные общества и предприятия могут входить в состав ФПГ только вместе со своим основным обществом (унитарные предприятия — вместе со своим учредителем).

Закон предусматривает также возможность создания транснациональных финансово-промышленных групп (ТФПГ), среди участников которых имеют место юридические лица, находящиеся под юрисдикцией СНГ, имеющие **обособленные подразделения** на территории указанных государств либо осуществляющие там капиталовложения.

Если ТФПГ создается на основе межправительственного соглашения, ей присваивается статус межгосударственной (международной) финансово-промышленной группы. Участникам таких групп могут предоставляться льготы по таможенным тарифам на товары, перемещаемые через границу, в рамках деятельности этих ФПГ.

Участники ФПГ заключают между собой договор о создании финансово-промышленной группы. Договором учреждается центральная компания ФПГ как юридическое лицо, являющееся по отношению к участникам основным обществом и уполномоченное на ведение дел ФПГ. В договоре определяются порядок образования, полномочия и условия деятельности совета управляющих, являющегося высшим органом управления ФПГ, объем, порядок и условия объединения активов, цели объединения участников.

Центральная компания на основании требований, устанавливаемых Правительством РФ, разрабатывает *организационный проект ФПГ*, который является основанием для ее регистрации и организации деятельности.

Деятельность ФПГ осуществляется в соответствии с договором и оргпроектом под контролем полномочного государственного органа. Участники ФПГ, занятые в производстве товаров и услуг, могут быть признаны консолидированной группой налогоплательщиков, а также могут вести сводные (консолидированные) учет, отчетность и баланс. Участники ФПГ несут *солидарную ответственность* по обязательствам центральной компании.

Правительство РФ в соответствии с приоритетами в промышленной и социальной политике осуществляет меры государственной поддержки ФПГ. Такими мерами являются:

♦ зачет задолженности участника ФПГ, акции которого реализуются на инвестиционных конкурсах (торгах), в объеме предусмотренных условиями инвестиционных конкурсов (торгов) инвестиций для покупателя — центральной компании той же ФПГ;

♦ предоставление участникам ФПГ права самостоятельно определять сроки амортизации оборудования и накопления амортизационных отчислений с направлением полученных средств на деятельность ФПГ;

♦ передача в доверительное управление центральной компании ФПГ временно закрепленных за государством пакетов акций участников этой ФПГ;

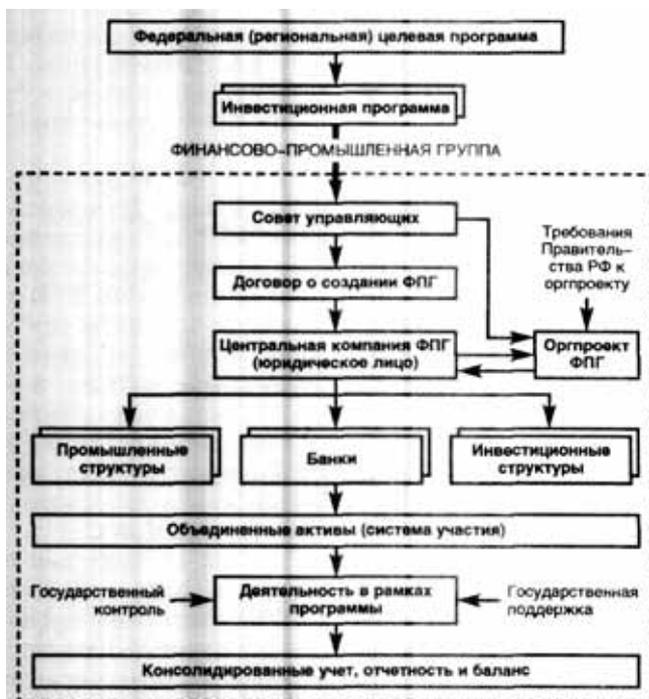


Схема 2.10. Организация и деятельность финансово-промышленной группы (ФПГ)

↙ предоставление государственных гарантий для привлечения различного рода инвестиций;

↘ предоставление инвестиционных кредитов и иной финансовой поддержки для реализации проектов ФПГ.

Органы государственной власти субъектов Российской Федерации в пределах своей компетенции могут предоставлять дополнительные льготы и гарантии ФПГ.

Центральным банком РФ могут предоставляться льготы банкам — участникам ФПГ, осуществляющим инвестиционную деятельность.

Организация и деятельность ФПГ иллюстрируются *схемой 2.10*.

Финансово-промышленные группы имеют перспективы развития как в направлении расширения разнообразия целей деятельности, так и разновидностей промышленных структур, входящих в состав ФПГ. Одной из таких целей является *диверсификация производства*, создающая возможности для повышения скорости реакции на изменения на рынках сырья, технологий и товаров, маневрирования ресурсами, ускорения технических и организационных нововведений. Опыт зарубежных фирм подтверждает эффективность стратегии развития крупных компаний в направлении диверсификации.

Еще одной перспективной целью, возможно самой приоритетной, является *ускорение темпов научно-технического развития и конверсии производств* в соответствии с изменениями на внутреннем и внешнем рынках товаров и технологий.

Финансово-промышленные группы по сравнению с концернами и холдингами имеют то преимущество, что их активы более мобильны, поскольку система участия определяется договором между участниками и может гибко реагировать на изменения внешней среды группы. Эта особенность ФПГ позволяет ей осуществлять управление своей деятельностью путем выбора стратегических позиций в конкуренции или (и) по слабым сигналам из внешней среды. Поэтому в корпорациях, построенных по типу ФПГ, могут создаваться и успешно функционировать промышленные структуры указанных раньше четырех типов. Гибкость таких структур еще более повысится, если в законодательстве будет предусмотрено право участников ФПГ входить своими активами в состав нескольких групп, регулируя свое участие в них.

Создание, реорганизация и ликвидация акционерного общества

Общество может быть создано путем учреждения нового или реорганизации существующего юридического лица (путем слияния, присоединения, разделения, выделения, преобразования).

Основаниями создания общества являются:

✧ при учреждении вновь — решение учредительного собрания;

✧ при реорганизации — решения общих собраний акционеров реорганизуемых обществ, а в случаях, установленных законом, — решение уполномоченных государственных органов, или решение суда (разделение или выделение), или согласие уполномоченных государственных органов (слияние, присоединение, преобразование).

Основаниями ликвидации общества являются:

✧ решение общего собрания акционеров (добровольная ликвидация);

✧ решение суда — в случае осуществления деятельности без лицензии или деятельности, запрещенной законом либо сопровождаемой неоднократными или грубыми нарушениями закона;

✧ признание судом несостоятельности общества.

Укрупненный алгоритм создания и реорганизации общества приводится на *схеме 2.3*.

Изложим основные правила учреждения общества:

✧ учредителями общества являются граждане и (или) юридические лица, принявшие решение об учреждении. Их число не нормировано (может быть и одно лицо), однако число учредителей закрытого общества не должно превышать 50. Учредители несут солидарную ответственность по обязательствам, связанным с созданием общества;

✧ решения об учреждении общества, утверждении его устава, денежной оценке вкладов, вносимых учредителями в счет оплаты акций, принимаются учредителями *единогласно*;

✧ избрание органов управления осуществляется учредителями большинством в *три четверти голосов*, представляемых *приобретаемыми ими акциями*;

✧ учредители заключают между собой письменный договор о создании общества (порядок их совместной деятельности, размер уставного капитала общества, категории

и типы акций, размещаемых среди учредителей, порядок их оплаты, права и обязанности учредителей);

❖ при учреждении общества все его акции должны быть размещены среди его учредителей.

Устав общества является его учредительным документом. Он, в частности, должен содержать:

❖ полное и сокращенное фирменное наименование общества;

❖ местонахождения общества;

❖ тип общества (открытое или закрытое);

❖ количество, номинальную стоимость, категории (обыкновенные, привилегированные) акций и типы привилегированных акций, размещаемых обществом;

❖ права акционеров — владельцев акций каждой категории (типа);

❖ размер уставного капитала общества;

❖ структуру и компетенцию органов управления общества и порядок принятия ими решений;

❖ порядок подготовки и проведения общего собрания акционеров, в том числе перечень вопросов, решение по которым принимается органами управления общества квалифицированным большинством голосов или единогласно;

❖ сведения о филиалах и представительствах общества;

❖ сведения об использовании в отношении общества специального права на участие в управлении им («золотая акция»).

Закон предоставляет обществу право устанавливать в уставе необходимые обществу корпоративные нормы.

Последующее *внесение изменений и дополнений* в устав общества или *утверждение устава в новой редакции* осуществляется решением общего собрания акционеров, за исключением случаев, предусмотренных законом.

Внесение в устав общества изменений и дополнений по результатам размещения акций общества, в том числе изменений, связанных с увеличением уставного капитала общества, осуществляется на основании решения об увеличении уставного капитала путем повышения номинальной стоимости акций, принятого общим собранием акционеров, или размещения дополнительных акций, принятого общим собранием акционеров или советом директоров. При увеличении уставного капитала общества путем размещения дополнительных акций количество объявленных акций определенных категорий и типов должно быть уменьшено на

число размещенных дополнительных акций этих категорий и типов.

Внесение изменений и дополнений в устав общества, связанных с уменьшением уставного капитала общества путем приобретения его акций в целях их погашения, осуществляется на основании решения общего собрания акционеров и утвержденного советом директоров отчета об итогах приобретения акций.

Внесение в устав (исключение из устава) общества сведений об использовании в отношении общества специального права на участие Российской Федерации, субъекта РФ или муниципального образования в управлении обществом («золотая акция») осуществляется на основании соответственно решения Правительства РФ, органа государственной власти субъекта РФ или органа местного самоуправления об использовании (прекращении) указанного специального права.

Внесение в устав общества изменений, связанных с созданием филиалов, открытием представительств общества и их ликвидацией, осуществляется на основании решения совета директоров.

Общество при его создании, а также изменения и дополнения в уставе общества или устав в новой редакции подлежат государственной регистрации.

Уставный капитал и акции общества

Уставный капитал общества складывается из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Он определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего обеспечение интересов его кредиторов.

Минимальный уставный капитал должен быть для открытого общества — не менее *тысячекратной* суммы минимальной заработной платы, для закрытого общества — не менее *стократной* суммы.

Закон устанавливает, что уставный капитал *не может быть больше чистых активов* общества. Если по окончании второго и каждого последующего финансового года стоимость чистых активов общества оказывается меньше его уставного капитала, общество обязано объявить об уменьшении уставного капитала до величины, не превышающей стоимость его чистых активов. Если же стои-

мость чистых активов становится меньше величины минимального уставного капитала, общество подлежит ликвидации.

Общество размещает обыкновенные именные акции и вправе размещать один или несколько типов привилегированных именных акций (их номинальная стоимость не должна превышать 25% уставного капитала).

Привилегированные акции являются важным инструментом инвестиционной политики. Их размещение не влияет на распределение среди акционеров голосующих акций: владельцы контрольного пакета акций могут сохранять его в своих руках, не вкладывая в акции дополнительных собственных средств.

Акции общества в их динамике подразделяются на *размещенные* (приобретенные акционерами) и *объявленные* для дополнительного размещения. Обязательные и рекомендуемые параметры, характеризующие эти акции, определяются уставом общества:

должны быть отражены такие сведения, как:

✦ количество и номинальная стоимость размещенных акций;

✦ права, предоставляемые размещенными акциями;

могут быть отражены такие сведения, как:

✦ количество, номинальная стоимость и категории (типы) объявленных акций;

✦ права, предоставляемые объявленными акциями;

✦ порядок и условия их размещения.

В случае размещения обществом ценных бумаг, конвертируемых в акции определенной категории (типа), количество объявленных акций этой категории (типа) должно быть не меньше количества, необходимого для конвертации в течение срока обращения этих ценных бумаг.

Дополнительные акции могут быть размещены обществом только в пределах количества объявленных акций. Решение общего собрания акционеров об увеличении уставного капитала общества путем размещения дополнительных акций может быть принято одновременно с решением о внесении в устав общества положений об объявленных акциях, необходимых для принятия такого решения, или об изменении положений об объявленных акциях.

Если более 25% голосующих акций закреплено в государственной или муниципальной собственности, то реше-

ние об увеличении уставного капитала общества путем выпуска дополнительных акций может быть принято только в случае, если при таком увеличении сохраняется размер доли государства или муниципального образования.

Сумма, на которую увеличивается уставный капитал общества за счет имущества общества, *не должна превышать* разницу между стоимостью чистых активов общества и суммой уставного капитала и резервного фонда.

Уставный капитал общества может быть *уменьшен путем снижения номинальной стоимости акций или сокращения их общего количества*, в том числе путем приобретения и погашения части акций, если такая возможность предусмотрена в уставе общества. Общество не вправе уменьшать уставный капитал, если в результате этого его размер станет меньше минимального уставного капитала.

Поскольку уменьшение уставного капитала затрагивает интересы кредиторов, общество в течение 30 дней с даты принятия решения об уменьшении уставного капитала обязано письменно уведомить кредиторов об уменьшении и о новом размере уставного капитала, а также опубликовать в печатном издании, предназначенном для публикации данных о государственной регистрации юридических лиц, сообщение о принятом решении. Кредиторы вправе в 30-дневный срок потребовать от общества досрочного прекращения или исполнения его обязательств и возмещения убытков.

Алгоритм внесения изменений в уставный капитал и устав общества представлен на *схеме 2.11*.

Законодательство *различает права* акционеров — *владельцев обыкновенных акций* и акционеров • — *владельцев привилегированных акций*.

Акционеры — владельцы обыкновенных акций имеют право:

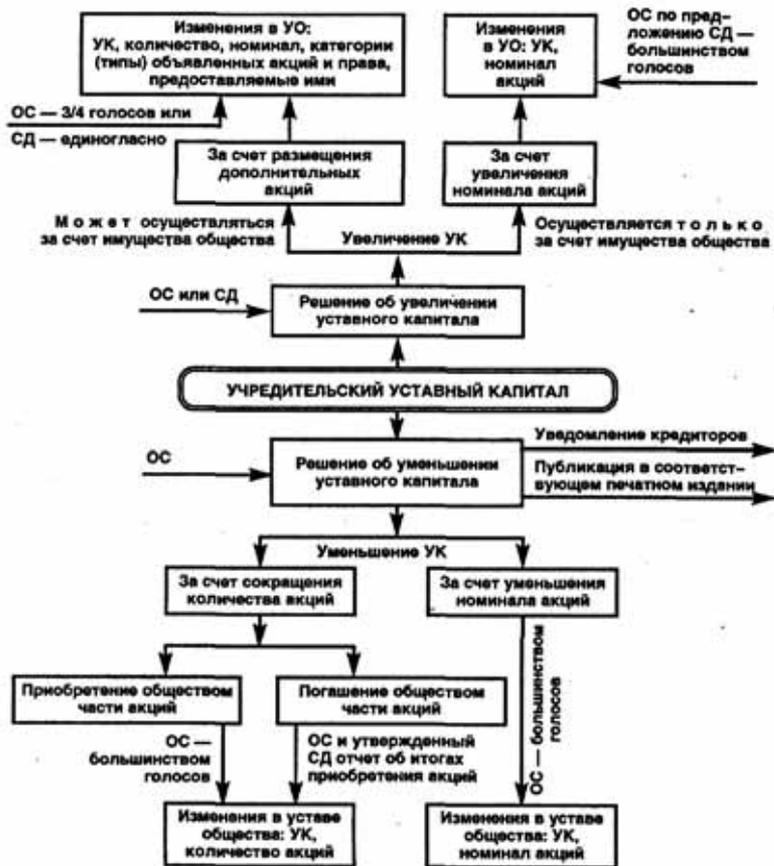
◆ на участие в общем собрании акционеров с правом голоса по всем вопросам его компетенции. Каждая голосующая акция дает один голос. Максимальное число голосов акционера может быть ограничено уставом общества;

◆ на получение дивидендов, а в случае ликвидации общества — на получение части имущества.

Права акционеров — владельцев привилегированных акций:

◆ не владеют правом голоса на общем собрании акционеров. Однако такое право им предоставляется:

- а) на период, когда нарушаются их права по выплате дивидендов;
 - б) при рассмотрении на общих собраниях акционеров вопросов, затрагивающих их права, в том числе при решении вопросов о реорганизации и ликвидации общества;
- ❖ привилегированные акции одного типа предоставляют их владельцам одинаковый объем прав, устанавливаемых уставом общества.



С х е м а 2.11. Алгоритм внесения изменений в уставный капитал (УК) и устав общества (УО)

ОС - общее собрание акционеров, СД — совет директоров.

Уставом устанавливается следующее:

- ✦ размер дивиденда и (или) ликвидационная стоимость привилегированных акций (в процентах к номинальной стоимости акций или сумма) или порядок их определения;
- ✦ очередность выплаты дивидендов и ликвидационной стоимости по каждому из предусмотренных уставом общества двух и более типов привилегированных акций;
- ✦ возможность накопления и последующей выплаты *не позднее срока, определенного уставом*, невыплаченных или не полностью выплаченных дивидендов (кумулятивные привилегированные акции);
- ✦ условия и условия *конвертации* привилегированных акций определенного типа в обыкновенные или привилегированные акции иных типов.

В зарубежной практике разновидность типов привилегированных акций более широкая, чем предусмотрено российским законодательством. Выпускаются акции:

- ✦ с фиксированным дивидендом с правом их отзыва по истечении определенного периода (выпуск бессрочных акций с фиксированным дивидендом встречается крайне редко);
- ✦ кумулятивные;
- ✦ конвертируемые, подлежащие обмену на обыкновенные акции в определенной, заранее установленной пропорции в конкретный срок;
- ✦ конвертируемые в другие ценные бумаги общества (обычно в облигации);
- ✦ с корректируемым дивидендом (например, на базе самой высокой из трех ставок процента: по 3-месячным казначейским векселям, 10- и 20-летним государственным облигациям);
- ✦ с дивидендом, устанавливаемым путем аукциона;
- ✦ с дополнительным участием в прибылях (приносят помимо фиксированных дополнительных дивидендов);
- ✦ погашаемые, то есть подлежащие выкупу в определенные сроки.

Классификация акций по различным признакам представлена на *схеме 2.12*.

Разнообразие типов привилегированных акций расширяет возможности их размещения: потенциальный вкладчик может приобретать акции наиболее привлекательного для него типа.

После полной оплаты уставного капитала общество *вправе* по решению совета директоров *размещать облига-*



ТИПЫ ПРИВИЛЕГИРОВАННЫХ АКЦИЙ

С х е м а 2.12. Классификация акций

ции и иные эмиссионные ценные бумаги общества. Размещение обществом облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в акции, должно осуществляться по решению общего собрания акционеров или совета директоров. Облигации общество может размещать:

- ✧ под залог определенного своего имущества;
- ✧ под обеспечение третьими лицами;
- ✧ без обеспечения (не ранее третьего года существования общества и после утверждения двух годовых балансов).

Общество вправе выпускать облигации, конвертируемые в акции, в количестве не более числа объявленных акций определенных категорий и типов.

Оплата акций общества при его учреждении производится его учредителями по цене не ниже номинальной стоимости этих акций. Оплата дополнительных акций, размещаемых посредством подписки, осуществляется по цене, определяемой советом директоров общества (исходя из рыночной стоимости акций), но не ниже их номинальной стоимости. Оплата эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в акции (размещаемых посредством подписки), про-

изводится по цене не ниже номинальной стоимости акций, в которые конвертируются такие ценные бумаги.

Приобретение акционерами дополнительных акций и эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в акции, в случае осуществления ими преимущественного права приобретения производится по цене не ниже 90% цены размещения иным лицам. Размер вознаграждения посредника, участвующего в размещении дополнительных акций (иных эмиссионных ценных бумаг) общества посредством подписки, не должен превышать 10% цены размещения акций (этих ценных бумаг).

Акционеры общества имеют преимущественное право приобретения размещаемых посредством открытой подписки дополнительных акций и эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в акции, в количестве, пропорциональном количеству принадлежащих им акций этой категории (типа).

Категории конвертируемых ценных бумаг общества и их цена при размещении посредством подписки приведены на *схеме 2.13*.

Оплата акций может осуществляться деньгами, ценными бумагами, иными вещами или имущественными и другими правами, имеющими денежную оценку. Оплата иных



С х е м а 2.13. Категории конвертируемых эмиссионных ценных бумаг общества и их цена при размещении

эмиссионных ценных бумаг производится *только деньгами*. В случае неполной оплаты акций в течение установленного срока право собственности на акции, цена размещения которых соответствует неоплаченной сумме (стоимости имущества, не переданного в оплату акций), переходит к обществу. За неисполнение обязательств по оплате акций может быть взыскана неустойка. Неоплаченные акции в течение года должны быть реализованы или погашены с соответствующим уменьшением уставного капитала.

В соответствии с законом или уставом общество формирует:

♦ *резервный фонд*, размер которого устанавливается уставом, но не менее 5% уставного капитала. После регистрации общества, в целях накопления в фонд вносится ежегодно 5% от чистой прибыли (до полного накопления). Предназначен для покрытия убытков, а также погашения облигаций и выкупа акций в случае отсутствия иных средств;

♦ *специальный фонд акционирования работников общества* (формирование может быть предусмотрено уставом). Предназначен для выкупа акций, продаваемых акционерами общества, для последующего размещения их работникам данного общества. При возмездной реализации таких акций работникам общества вырученные средства направляются на формирование указанного фонда.

Дивидендная политика и выплата дивидендов

Дивидендная политика заключается в принятии решения по вопросу: какую часть прибыли **выплачивать** акционерам в форме дивидендов, а **какую удерживать** в обществе для реинвестирования в развитие производства? Дивидендная политика поэтому в **значительной степени** определяет инвестиционную политику.

На дивидендную политику общества влияют противоречивые факторы: с одной стороны, повышение суммы дивиденда вызывает тенденцию роста курса акций, с другой стороны, связанное с этим уменьшение доли прибыли, направляемой на инвестиции, ведет к снижению ожидаемых темпов роста научно-технического развития, что, в свою очередь, понижает **цену** акции.

Правовой институт, регулирующий дивидендную политику общества, не содержит норм, направленных на достижение компромисса между этими противоречиями. Исклю-

чение составляет норма, согласно которой общее собрание акционеров принимает решение о выплате годовых дивидендов. Их размер не может быть больше рекомендованного советом директоров общества. Однако, во-первых, такая норма противоречит правовому институту управления обществом, в котором общее собрание акционеров признается высшим органом управления. Во-вторых, эта норма не гарантирует, что будет принято оптимальное решение. Тем не менее применение такой нормы способствует преодолению эгоистической ориентации акционеров на получение текущих доходов в ущерб развитию производства.

Объем реинвестируемой прибыли зависит от дивидендного выхода — процента прибыли, выплачиваемой наличными акционерам. Поэтому решение о выплате дивидендов является одновременно решением о финансировании инвестиций. В силу этого с точки зрения финансового управления показатель дивидендного выхода является главным аспектом дивидендной политики компании. Другими сторонами дивидендной политики являются: стабильность дивидендов, факторы, влияющие на показатель дивидендного выхода, выплата дивидендов акциями, последствия дивидендной политики.

Дивидендная политика как решение о финансировании. Если рассматривать дивидендную политику только как решение о финансировании, которое зависит от прибыльности имеющихся у компании инвестиционных проектов, то величина дивидендного выхода будет изменяться по мере изменения числа приемлемых для компании проектов. Если у фирмы есть много благоприятных возможностей для инвестирования средств, то дивидендный выход, по-видимому, будет равен нулю; напротив, если фирма не имеет возможностей для выгодного вложения средств, дивидендный выход, скорее всего, составит 100%. Для любой промежуточной ситуации значение дивидендного выхода будет изменяться от 0 до 100%.

Одной из известных дивидендных моделей является формула:

где P — рыночная цена акции; D — дивиденды в расчете на одну акцию; E — прибыль на акцию; r — рентабельность инвестиций; p — рыночный уровень капитализации.

Когда $r > p$, то рыночная цена акции достигает максимального значения при $D = 0$, то есть при нулевом дивидендном выходе.

В этом случае

$$Pp = \frac{r}{p}E > E.$$

Когда $r = p$, рыночная цена акции достигает максимального значения при $D = E$, то есть при дивидендном выходе 100%.

В этом случае $Pp = D = E$, то есть капитализация рыночной стоимости акции равна дивидендам на акцию при дивидендном выходе 100% или прибыли на акцию. При этом выгода акционеров не зависит от варианта распределения прибыли: получают ли они дивиденды или реинвестируют прибыль.

Когда $r < p$, величина $(r/p)E < E$ и становится невыгодным реинвестирование прибыли. В данном случае благополучие акционеров будет выше, если всю чистую прибыль распределить в форме дивидендов. При этом $Pp = D$.

Таким образом, при рассмотрении дивидендов как пассивного остатка, определяющегося только наличием выгодных инвестиционных предложений, для инвесторов, кроме выгоды, не существует различия между выплатой компанией дивидендов и накоплением ею нераспределенной прибыли. Если инвестиционные проекты обещают уровень рентабельности, превышающий рыночный уровень капитализации, инвесторы могут предпочесть вариант накопления прибыли. Если ожидаемая рентабельность инвестиций равна необходимой, то, с точки зрения инвестора, ни один из вариантов не имеет преимущества. Напротив, если бы ожидаемая прибыль от инвестиционного проекта не обеспечивала необходимый уровень рентабельности, инвесторы предпочли бы выплату дивидендов. Предположительно, что если компания может получить в результате реализации инвестиционных проектов прибыль, превышающую рыночный уровень капитализации, то инвесторы готовы предоставить ей возможность расходовать на инвестиционные цели столько, сколько необходимо для финансирования всех проектов.

Однако такой подход к формированию дивидендной политики не всегда оправдан. Во-первых, не учитывается комплексность влияния дивидендной и инвестиционной политики на мотивацию деятельности акционеров и работников предприятия. Во-вторых, инвесторам, как правило,

не все равно, получают они свой доход с инвестиций в форме дивидендов или в форме повышения курса акций.

1. Мотивообразующая роль дивидендов. В компаниях, персонал которых (рабочие, специалисты и менеджеры) владеет акциями своих компаний, дивиденды способствуют усилению мотивации высококачественного производительного труда, мотивации инженерного творчества и поддержки нововведений, хозяйственной мотивации в организации производства и труда, мотивации предпринимательства и предпринимательского поведения. В результате этого прибыль, получаемая компанией, зависит не только от научно-технического уровня производства, но и от выплаты дивидендов.

В рассмотренной раньше дивидендной модели предполагается, что прибыль на акцию E не зависит от выплаты дивидендов D . Однако это справедливо лишь для компаний, в которых доля персонала в акционерном капитале незначительна.

Комплексный характер влияния факторов дивидендной политики на эффективность производства наиболее ярко проявляется во взаимосвязи мотивации труда и темпов научно-технического развития производства. Под влиянием научно-технического развития производства в акционерном обществе будут складываться самоорганизующийся механизм внутренней мотивации высококачественного производительного труда и самоорганизующийся акционерный механизм роста и развития производства. Усиление внутренней мотивации сопровождается усилением творческой активности участников процесса научно-технического развития (ученых, конструкторов, технологов), а также включением непосредственных участников производственного процесса (специалистов, мастеров, рабочих) в процесс технического развития, что является необходимым условием непрерывности развития производства. На новом витке технического развития достигаются повышение качественных результатов труда и его интеллектуализация, ведущие вновь к усилению внутренней мотивации.

Повышение научно-технического уровня производственного процесса позволяет повысить прибыльность (рентабельность акционерного капитала), что усиливает позиции твердого ядра акционеров, позволяя ему реинвестировать полученную прибыль в дальнейшее развитие и увеличивать абсолютные выплаты по дивидендам.

2. Предпочтительность дивидендов в условиях неопределенности. Так как дивиденды относятся к разновидности текущего дохода, а перспектива получения дохода на капитал отодвинута далеко в будущее, инвесторов компаний, выплачивающих дивиденды, проблема неопределенности беспокоит меньше, чем инвесторов компаний, не производящих выплат. Если инвесторы предпочитают раннее разрешение неопределенности, они будут готовы при прочих равных условиях заплатить более высокую цену за акции, дающие право на получение большего текущего дивиденда.

3. Дифференциация ставок налога на доход физических и юридических лиц с капитала и на дивидендный доход. Если, например, ставка налога на доход с капитала ниже, чем ставка налога на дивидендный доход, инвесторам, возможно, выгоднее отказаться от дивидендов в пользу накопления прибыли.

Финансовое сигнализирование. Дивиденды оказывают влияние на стоимость акций, так как они являются проводниками информации или сигналами о положении дел в компании. Те из компаний, для которых прогноз относительно тенденций роста рентабельности благоприятен, захотят сообщить об этом инвесторам. Вместо того, чтобы просто сделать **сообщение**, можно повысить дивиденды с тем, чтобы реально подкрепить это утверждение. Если плановый показатель дивидендного выхода фирмы стабилен на протяжении достаточно длительного периода, после чего происходит изменение, то инвесторы могут предположить, что руководство сигнализирует об ожидаемых изменениях в тенденциях роста рентабельности: руководство и совет директоров убеждены, что дела фирмы обстоят лучше, нежели это отражает стоимость ее акций. Соответственно стоимость акции может реагировать на это изменение дивидендов.

Критерии дивидендной политики. При разработке дивидендной политики многие зарубежные компании принимают во внимание ряд критериев. Наиболее распространенными являются следующие критерии:

1. Потребность средств для компании. Если нет изменений в дивидендных ставках, задача заключается в определении возможных потоков средств и возможного их состояния: определяется, останутся ли в запасе средства после удовлетворения всех потребностей компании в них, включая прибыльные инвестиционные проекты. В этом отношении фирма должна спрогнозировать свое развитие на

разумное число лет для того, чтобы сгладить случайные отклонения. Способность фирмы поддерживать стабильный уровень дивидендов должна быть проанализирована в связи с вероятным распределением будущих потоков денежных средств.

2. Ликвидность. Этот критерий характеризует способность активов превращаться в деньги с небольшой уступкой в цене. В качестве показателей ликвидности используются коэффициент покрытия и коэффициент ликвидности:

$$\text{Коэффициент покрытия} = \frac{\text{оборотные средства (текущие активы)}}{\text{краткосрочная кредиторская задолженность}}$$

$$\text{Коэффициент ликвидности} = \frac{\text{оборотные средства} - \text{запасы}}{\text{краткосрочная кредиторская задолженность}}$$

Коэффициент ликвидности считается более строгим показателем, поскольку характеризует отношение суммы денежных средств, рыночной стоимости ценных бумаг и дебиторской задолженности к краткосрочной кредиторской задолженности.

Ликвидность компании является основным критерием для принятия решений по выплате дивидендов. Так как дивиденды представляют собой отток средств, то чем больше кассовый остаток и общая ликвидность компаний, тем выше ее способность выплачивать дивиденды. Растущая и высокодоходная компания может и не быть ликвидной, ибо ее средства могут быть связаны в основных фондах и оборотных средствах. Поскольку руководство такой компании обычно стремится поддерживать некоторый запас ликвидности для того, чтобы обеспечить гибкость и защиту от неопределенности, оно неохотно идет на риск уменьшения этого запаса ради выплаты больших дивидендов. Ликвидность компании определяется ее инвестиционными решениями и решениями о финансировании. Инвестиционное решение — это решение о степени расширения активов и потребности компании в средствах; решение о финансировании — определение источника средств для покрытия этой потребности.

3. Возможности использования заемных средств. Ликвидность — это не единственный способ обеспечения гибкости и защиты компании от неопределенности. Если у компании есть возможность быстро получить кредит или выйти на рынок капитала с облигациями, она может быть достаточно гибкой. Чем крупнее компания и чем она авто-

ритетнее, тем проще для нее доступ на рынок капитала. Чем больше возможностей привлечь заемные средства у фирмы, тем большей гибкостью она обладает и тем шире ее возможности по выплате дивидендов. Если есть доступ к заемным средствам, руководство должно меньше беспокоиться о влиянии, которое оказывает выплата наличных дивидендов на ликвидность фирмы.

4. Возможность потери контроля. Если компания выплачивает большие дивиденды, через некоторое время она может столкнуться с необходимостью увеличить капитал, продав свои акции для того, чтобы финансировать выгодные инвестиционные проекты. Создается угроза потери контроля со стороны группировки, владеющей контрольным пакетом акций, если его держатели не имеют возможности или не хотят участвовать в новой подписке на акции.

Однако если за компанией внимательно наблюдают конкуренты или частные лица, то низкие дивиденды могут сыграть им на руку. Конкуренты могут оказаться в состоянии убедить акционеров в том, что компания не обеспечивает максимизацию их благосостояния и что они, конкуренты, могут справиться с этой задачей лучше. Следовательно, компании, которые рискуют потерять свой контрольный пакет, могут увеличить показатель дивидендного выхода в улоду своим акционерам.

5. Ограничения со стороны займодавцев. Чтобы сохранить возможность компании обслуживать задолженность, **займодавец** в договоре о займе может предусматривать ограничения на выплату дивидендов. Иногда руководству компании выгодно ограничение, так как в этом случае ему не приходится оправдываться перед акционерами в накоплении прибыли в ущерб текущим доходам акционеров.

6. Стабильность дивидендов. Помимо показателя дивидендного выхода, инвесторов интересует стабильность дивидендов, характеризующаяся устойчивой связью между колебаниями дивидендов и линией тренда их изменений. При прочих равных условиях цена акции будет выше, если она обеспечивает получение стабильного дивиденда на протяжении некоторого периода, чем если она дает право на получение фиксированного процента прибыли компании. Стабильность дивидендов создает информационный эффект. Когда прибыль падает, а компания не снижает дивидендные ставки, фондовый рынок относится к ее акции с большим доверием, нежели в том случае, когда дивиденды

дендные ставки были бы снижены. Стабильные дивиденды могут отражать тот факт, что мнение руководства о будущем компании гораздо выше, чем можно предположить, основываясь на данных о снижении прибыли.

7. Использование плановых показателей дивидендного выхода. Многие зарубежные компании следуют политике установления плановых показателей дивидендного выхода в долгосрочном периоде. При этом дивиденды **изменяются** с некоторым лагом по отношению к изменению прибыли. Когда прибыль растет и достигает нового уровня, компания увеличивает дивиденды только в том случае, когда она считает, что сможет поддерживать существующий рост прибыли. Компании также неохотно сокращают абсолютный объем наличных дивидендных выплат.

8. Выплата дополнительных дивидендов. В период процветания компании объявляют о выплате дополнительных дивидендов сверх регулярных квартальных или полугодовых дивидендов. Объявляя о выплате дополнительных дивидендов, компания предупреждает инвестора о том, что эти дивиденды не имеют отношения к изменениям установленной ставки. Такая политика целесообразна, в частности, для компаний, уровень прибыли которых в силу специфики бизнеса постоянно колеблется. Использование дополнительных дивидендов позволяет компании поддерживать ставку обычных дивидендов на стабильном уровне и в то же время поощрять акционеров дополнительными выплатами в периоды процветания.

9. Выплата дивидендов в форме дополнительных акций. Такие дивиденды представляют собой рекапитализацию компании; пропорции соотношений вложений разных акционеров остаются неизменными. Рассмотрим изменение структуры капитала компании при выплате дивидендов акциями на примере, приводимом Дж. К. Ван Хорном.

Перед эмиссией дивидендов, выплачиваемых акциями, компания *Chen Industry* имела следующую структуру капитала:

(долл.)

Обыкновенные акции (5 дол. — номинал 400 000 акций)	2 000 000
Оплаченный капитал	1 000 000
Нераспределенная прибыль	7 000 000
Собственный капитал	10 000 000

Доход по акциям *Chen Industry* равен 5%, что составляет 20000 дополнительных акций. Рыночная стоимость акций равна 40 долларам на акцию. Таким образом, на каждые 20 акций акционеры могут получить одну дополнительную. Баланс компании после выплаты дивидендов выглядел бы так:

(долл.)

Обыкновенные акции		
(5 дол. — номинал 420 000 акций)	2 100 000	
Оплаченный капитал	1 700 000	
Нераспределенная прибыль	6 200 000	
Собственный капитал	10 000 000	

При выплате дивидендов акциями 800 000 долларов (40 долларов X 20000 акций) переводятся из нераспределенной прибыли на счета обыкновенных акций и оплаченного капитала. Поскольку номинал акции остается неизменным, рост количества акций отражается посредством увеличения валюты счета на 100 000 долларов (5 долларов X 20000 акций). Остальные 700 000 долларов идут на счет оплаченного капитала. Собственный капитал компании остается прежним.

Поскольку число акций возрастает на 5%, объем прибыли в расчете на одну акцию пропорционально сокращается. Общий объем чистой прибыли после уплаты налогов составляет 1 млн. долларов. До выплаты дивидендов объем прибыли в расчете на одну акцию составлял 2,50 доллара (1 млн. долларов : 400 000), после выплаты — 2,38 (1 млн. долларов : 420 000). Таким образом, акционеры имеют больше акций, но меньший объем прибыли на акцию. Доля общего объема прибыли, распределяемая между акционерами, остается неизменной.

С точки зрения инвесторов, выплата дивидендов акциями может быть для них предпочтительной по ряду соображений. Во-первых, они могут продать их, сохранив свой исходный пакет. Но это, скорее всего, дает лишь благоприятный психологический эффект, так как с выплатой дивидендов акциями рыночная цена акций уменьшится пропорционально увеличению их количества, поскольку величина капитала компании при этом не меняется. Во-вторых, в ряде случаев компании сохраняют процент дивидендного выхода и выплата дивидендов акциями приводит в последующем к увеличению суммы дивидендов.

10. Использование инструмента дробления акций. Дробление предполагает увеличение количества акций по-

дством уменьшения их номинала. Например, дробление акций в отношении 2:1 означает, что номинал акции уменьшается в 2 раза. Дробление акций обычно применяется, когда компания хочет добиться значительного уменьшения рыночной стоимости акций. Главная цель дробления акций — привлечение новых инвесторов.

При дроблении акций компании, как правило, изменяют ставку дивидендов. Например, до дробления акций компания выплачивала 20 руб. дивидендов на одну акцию в год. При дроблении акций в отношении 2:1 она стала выплачивать 12 руб. на одну акцию, или 24 руб. на 2 акции. Этим самым компания делает более привлекательными свои акции для инвестора.

Выплата дивидендов акциями и дробление акций создают, как правило, благоприятный информационный эффект: такие действия могут более убедительно, чем публичное объявление, свидетельствовать о благоприятных прогнозах будущего положения компании. Статистика констатирует значительные повышения стоимости акций компаний США, объявивших о выплате дивидендов акциями или о дроблении акций.

11. Использование инструмента консолидации акций (обратный сплит). Консолидация означает изменение номинальной стоимости акций, при которой владелец акции получает одну новую акцию большего достоинства в обмен на определенное количество прежних. Этим пользуются, когда руководство компании расценивает стоимость акции как заниженную и считает необходимым увеличить ее рыночную стоимость.

Многие компании США избегают падения стоимости акций значительно ниже отметки 10 долл. Если финансовые трудности или какие-либо иные факторы приводят к попаданию стоимости акций в этот диапазон, то ситуацию можно изменить посредством обратного сплита. Обычно реакция фондового рынка на этот сигнал является негативной: как будто компания признала, что она испытывает финансовые трудности.

- Выполненные в США эмпирические исследования свидетельствуют о значительном падении стоимости акций, подвергшихся обратному сплиту, на протяжении небольшого временного интервала. Впоследствии этот эффект смягчается информацией о полученной компанией прибыли, однако благополучной компании следует хорошо по-

думать, прежде чем предпринимать обратный сплит. Применение этого приема имеет слишком мрачные последствия, которые следует учитывать, чтобы не повредить репутации фирмы.

12. Мотивы выкупа акций. Выкуп акций является частью дивидендной политики и способом размещения избыточных средств компании. Другой мотив выкупа акций состоит в том, чтобы иметь в наличии акции для поглощения других компаний.

Выкуп акций осуществляется на **вторичном рынке** или посредством **тендерной сделки**.

Тендер — предложение, адресованное акционерам компании, о покупке их акций по договорной цене. Такое предложение может осуществляться как самой компанией, так и другими. Тендер предпочтителен при покупке крупных пакетов акций.

Если у компании есть избыточные средства и она испытывает недостаток выгодных возможностей для их инвестирования, то размещение этих средств происходит в интересах ее акционеров. Средства могут быть размещены как через выкуп, так и через выплату излишка в форме дивидендов. В отсутствие налога на доход физических лиц и транзакционных издержек эти альтернативы равноценны для акционеров. При выкупе уменьшается количество акций и растет прибыль на одну акцию (и соответственно растут дивиденды на акцию). В результате роста прибыли и дивидендов должна увеличиваться и рыночная стоимость акций компании. Капитал, полученный в результате выкупа, должен быть равен дивидендам, которые были бы выплачены, если бы выкупа не было.

ПРИМЕР. Пусть прибыль и рыночная стоимость акций компании таковы:

Чистая прибыль после уплаты налогов, руб.	20 000 000
Число акций	500 000
Прибыль в расчете на одну акцию, руб.	40
Рыночная цена акции после распределения, руб.	600
Отношение рыночной цены к чистой прибыли компании в расчете на одну акцию.15

Компания решает вопрос о том, каким образом разместить **15** млн. руб. — потратить средства на выплату дивидендов или на выкуп собственных акций. Если инвесторы ожидают, что компания выплатит дивиденды, то стоимость од-

ной акции до выплаты составит 630 руб., что складывается из 30 руб. ожидаемых дивидендов (15 млн. руб. : 500 000) плюс 600 руб. — рыночная цена акции. Однако фирма принимает решение о выкупе акций и предлагает акционерам тендер по цене 630 руб. за акцию. В этом случае она сможет выкупить: 15 млн. руб. : 630 руб., то есть 23810 акций. Прибыль на акцию составит: 20 000 000 руб. : 42 190 = 476 190 руб.

Если соотношение рыночной цены акции и чистой прибыли компании остается на уровне 15, то общая рыночная стоимость акции составит 630 руб. (42 X 15), значит, она равна стоимости акции при выборе другой альтернативы, то есть выплаты дивидендов. Таким образом, суммарный объем размещенных среди акционеров средств составляет 30 руб. на одну акцию независимо от того, какой из двух альтернативных способов размещения был избран.

При различном уровне налога на дивидендный доход и доход с капитала предпочтителен вариант, облагаемый по более выгодной ставке налога. При равном уровне налога предпочтение может быть отдано выкупу акций, так как в этом случае выплата налога откладывается, пока акции не будут проданы, а при выплате дивидендов налог должен выплачиваться сразу.

Только при избытке денежных средств решение о выкупе акций можно рассматривать как элемент дивидендной политики фирмы. Если такого избытка нет, то выкуп акций представляет собой решение о финансировании, так как, выкупая акции, фирма изменяет структуру капитала — соотношение задолженности и собственного капитала в сторону увеличения задолженности. Альтернативой является решение о невыплате дивидендов.

Примеры дивидендной политики

ПРИМЕР 1. Акционерный капитал компании состоит из 1 млн. акций, и она выплачивает в настоящее время дивиденды в размере 10 руб. на акцию. Компания ожидает на протяжении следующих 5 лет получить чистую прибыль и произвести капитальные расходы в следующих размерах:

(тыс. руб.)

год	1	2	3	4	5
Чистая прибыль	20 000	15 000	25 000	23 000	18 000
Капитальные расходы	10 000	15 000	20 000	15 000	20 000

Варианты дивидендной политики

1-й вариант: дивидендная политика строится по остаточному принципу. Ожидаемые дивиденды на акцию и необходимый объем внешнего финансирования в каждом году составят:

Год	Прибыль на выплату дивидендов (тыс. руб.)	Дивиденды на акцию (руб.)	Внешнее финансирование (тыс. руб.)
1	10 000	10	0
2	0	0	0
3	5 000	5	0
4	8 000	8	0
5	0	0	2 000
Всего	23 000		2 000

2-й вариант: выплата дивидендов остается на прежнем уровне. Объем внешнего финансирования в каждом году составит:

(тыс. руб.)

Год	(1) Чистая прибыль	(2) Дивиденды	(3) Капитальные расходы	(4) Внешнее финансирование (2) + (3) - (1)
1	20 000	10 000	10 000	0
2	15 000	10 000	15 000	10 000
3	25 000	10 000	20 000	5 000
4	23 000	10 000	15 000	2 000
5	18 000	10 000	20 000	12 000
Всего		50 000		29 000

3-й вариант: показатель дивидендного выхода равен 50%. Размер дивиденда на акцию и необходимый объем внешнего финансирования в каждом году составят:

Год	(1) Чистая прибыль (тыс. руб.)	(2) Дивиденды (тыс. руб.)	(3) Дивиденды на акцию (руб.)	(4) Капитальные расходы (тыс. руб.)	(5) Внешнее финансирование (тыс. руб.)
1	20 000	10 000	10,0	10 000	0
2	15 000	7 500	7,5	15 000	7 500
3	25 000	12 500	12,5	20 000	7 500
4	23 000	11 500	11,5	15 000	3 500
5	18 000	9 000	9,0	20 000	11 000
Всего		50 500			29 500

Как видно из таблиц, общая сумма выплачиваемых дивидендов максимизируется при выборе *варианта 3*, в котором соответствующее значение дивидендного выхода составляет 50%. Однако эта сумма ненамного превышает ту, которая достигается, если прибегнуть к *варианту 2*. Внешнее финансирование минимизируется при выборе *варианта 1*, в котором дивидендная политика строится на остаточном принципе.

ПРИМЕР 2. Компания имеет следующую структуру собственного капитала:

(руб.)

Обыкновенные акции (номинал 80 руб.)	20 000 000
Оплаченный капитал	16 000 000
Нераспределенная прибыль	84 000 000
Собственный капитал	120 000 000

Число акций равно: $\frac{20\,000\,000 \text{ руб.}}{80 \text{ руб.}} = 250\,000$;

Рыночная цена акции составляет 600 руб.

Рассмотрим: а. Что произойдет с собственным капиталом и числом акций компании при выплате дивидендов акциями в размере 20% ?

б. При дроблении акций в соотношении 2:1?

в. При обратном сплите в соотношении 1:2?

г. По какой цене акционерам следует продавать свои акции после выплаты акциями 20-процентного дивиденда (информационный эффект отсутствует)? Что могло бы произойти при наличии информационного эффекта?

Доход по акциям составляет 20%. Для оплаты этого дохода акциями необходимо выпустить $0,2 \times 250\,000 = 50\,000$ дополнительных акций. Их номинальная стоимость составит: $50\,000 \times 80 \text{ руб.} = 4\,000\,000 \text{ руб.}$ На эту сумму увеличится акционерный капитал. Рыночная стоимость дополнительных акций составит $50\,000 \times 600 \text{ руб.} = 30\,000\,000 \text{ руб.}$ На эту сумму уменьшится нераспределенная прибыль. Разница между рыночной стоимостью дополнительных акций и увеличением акционерного капитала будет: $30\,000\,000 \text{ руб.} - 4\,000\,000 \text{ руб.} = 26\,000\,000 \text{ руб.}$ На эту сумму увеличится оплаченный капитал. Собственный капитал компании в данном случае не изменится.

б. При дроблении акций в соотношении 2:1 число акций компании увеличится вдвое и составит 500 000. При этом номинал акции уменьшится вдвое и составит 40 руб.

в. При консолидации в соотношении 1:2 число акций сократится в 2 раза и составит 125 000. Номинал акции увеличится вдвое и будет равен 160 руб.

Изменение структуры собственного капитала компании показано в таблице.

Параметры структуры	Варианты дивидендной политики		
	Выплата дивидендов акциями	Дробление акций	Консолидация акций
Акционерный капитал (номинальная стоимость акций), руб.	24 000 000 (80)	20 000 000 (40)	20 000 000 (160)
Оплаченный капитал, руб.	42 000 000	16 000 000	16 000 000
Нераспределенная прибыль, руб.	54 000 000	84 000 000	84 000 000
Итого собственный капитал, руб.	120 000 000	120 000 000	120 000 000
Число акций, ед.	300 000	500 000	125 000

г. Общая рыночная оценка стоимости компании до выплаты дивидендов акциями составила: 600 руб. X 250 000 акций = 150 000 000 руб.

Если стоимость компании останется неизменной, то рыночная цена акции после выплаты дивидендов акциями уменьшится и составит: 150 000 000 руб. : 300 000 акций - 500 руб. При наличии сигнального эффекта общая стоимость компании может увеличиться и рыночная цена акции в этом случае превысит 500 руб.

Правила принятия решения о выплате дивидендов.

На реализацию дивидендной политики существенное влияние оказывают правила, установленные Федеральным законом об акционерных обществах. Рассмотрим основные из них.

1. *Общество вправе по результатам первого квартала, полугодия, девяти месяцев финансового года и(или) по результатам финансового года принимать решения (объявлять) о выплате дивидендов.* Решения о выплате (объявлении) дивидендов, в том числе решения о размере дивиденда (не может быть больше рекомендованного советом директоров) и форме его выплаты по акциям каждой категории (типа) принимаются общим собранием акционеров. Следует отметить, что регулярность выплаты дивидендов и систематическое, хотя и небольшое, повышение суммы выплат в зарубежных фирмах рассматриваются как одно из основных правил дивидендной политики: такие меры способствуют повышению привлекательности фирмы среди потенциальных акционеров.

2. *Дивиденды выплачиваются деньгами или иным имуществом.* В зарубежных фирмах принята практика накопления дивидендов для оплаты их акциями или специальными бумагами (временными внутренними сертификатами), представляющими собой часть акции, в целях их обмена на акцию в последующем.

3. *Источником выплаты дивидендов является прибыль общества после налогообложения* (чистая прибыль), которая определяется по данным бухгалтерской отчетности. Дивиденды по привилегированным акциям определенных типов также могут выплачиваться за счет ранее сформированных для этих целей специальных фондов общества.

4. *Общество не вправе принимать решение (объявлять) о выплате дивидендов по акциям:*

- ◆ до полной оплаты всего уставного капитала;
- ◆ до выкупа обществом всех акций по законным требованиям акционеров;
- ◆ если имеются признаки несостоятельности или если указанные признаки появятся у общества в результате выплаты дивидендов;
- ◆ если стоимость чистых активов меньше (или будет меньше после выплаты дивидендов) суммы уставного капитала, резервного фонда и величины превышения ликвидационной стоимости привилегированных акций над их номинальной стоимостью;
- ◆ в иных случаях, предусмотренных федеральными законами.

Установленные законодательством ограничения на выплату дивидендов направлены на сохранение устойчивого финансового состояния акционерного общества и соблюдение прав акционеров в очередности получения дивидендов по акциям различных категорий и типов.

приобретение и выкуп обществом размещенных акций

Общество вправе приобретать размещенные им акции:

- ◆ *по решению общего собрания акционеров об уменьшении уставного капитала общества путем приобретения части размещенных акций в целях сокращения их общего количества, если номинальная стоимость акций, оставшихся*

в обращении, не станет ниже минимального размера уставного капитала. Изымаемые из оборота акции погашаются при их приобретении;

✧ по решению общего собрания акционеров или совета директоров, если номинальная стоимость акций, находящихся в обращении, не станет менее 90% уставного капитала. Приобретенные акции должны быть реализованы по их рыночной стоимости в течение года, в противном случае они погашаются и соответственно уменьшается уставный капитал общества.

Каждый акционер — владелец акций определенных категорий (типов), решение о приобретении которых принято, вправе продать указанные акции, а общество обязано их приобрести. В случае, если общее количество акций, в отношении которых поступили заявления об их приобретении обществом, превышает количество акций, которое может быть приобретено обществом, акции *приобретаются у акционеров пропорционально заявленным требованиям.*

Ограничения на приобретение обществом размещенных **акций** аналогичны ограничениям по выплате дивидендов. Кроме того, общество не вправе приобретать размещенные акции до выкупа им акций по законным требованиям акционеров.

Акционеры — владельцы *голосующих* акций *вправе требовать* выкупа обществом всех или части принадлежащих им акций в случаях:

✧ реорганизации общества или совершения крупной сделки;

✧ внесения изменений в устав общества или принятия устава в новой редакции, ограничивающих их права.

Такое право они приобретают, если на общем собрании акционеров голосовали против принятия указанных решений или не участвовали в голосовании по этим вопросам. Выкуп акций обществом осуществляется по цене, определенной советом директоров, но не ниже рыночной стоимости, которая должна быть определена независимым оценщиком без учета ее изменения в результате действий общества, повлекших возникновение права требования оценки и выкупа акций.

В случаях, когда в соответствии с Законом цена имущества, а также цены размещения или выкупа эмиссионных ценных бумаг общества определяются решением совета директоров, *цены должны определяться исходя из рыночной стоимости имущества и эмиссионных ценных бумаг.*

В зарубежной практике применяются расчетные методы оценки рыночной стоимости акций (P):

♦ по сумме дивидендов на акцию (D), фактически выплачиваемой обществом, и среднему значению нормы дивиденда в процентах (d), сложившемуся на фондовом рынке:

$$P = \frac{D}{d} \cdot 100 ;$$

♦ по фактическому значению показателя «курс/прибыль» (P/E) и среднему значению этого показателя, сложившемуся на фондовом рынке $(P/E)_{\text{ср}}$:

$$P = E \cdot (P/E)_{\text{ср}},$$

где E — прибыль на акцию.

Общество вправе проводить:

♦ *консолидацию* размещенных акций, в результате которой две или более акций конвертируются в одну новую акцию той же категории (типа);

♦ *дробление* размещенных акций, в результате которого одна акция конвертируется в две или более новые акции той же категории (типа).

Структура и компетенция органов управления акционерным обществом

Состав, компетенция и правила организации высших звеньев управления акционерным обществом установлены законодательством. Этими звеньями управления, образующими подсистему высшего руководства, являются общее собрание акционеров, совет директоров и правление. В акционерных обществах, крупные пакеты акций которых принадлежат государству, подсистема высшего руководства дополняется управляющим (коллективом управляющих), который представляет интересы государства в рамках компетенции по управлению государственным имуществом (*схема 2.14*).

Высшим органом управления обществом является общее собрание акционеров. К числу важнейших вопросов, решения по которым могут иметь долговременные последствия, отнесенных законодательством к компетенции общего собрания, относятся:

1) внесение изменений и дополнений в устав общества или утверждение устава в новой редакции;

- 2) реорганизация и ликвидация общества;
- 3) увеличение и уменьшение уставного капитала;
- 4) дробление и консолидация акций;
- 5) одобрение крупных сделок, связанных с приобретением и отчуждением обществом имущества;
- 6) участие общества в холдинговых компаниях, финансово-промышленных группах и других объединениях коммерческих организаций.

Законодательство не предусматривает участия общего собрания акционеров в определении стратегии компании и рассмотрении стратегических программ. Такая позиция законодателя вряд ли оправдана, так как выработка стратегии и стратегических программ, помимо определения направлений деятельности, постановки стратегических целей и мобилизации финансовых ресурсов для их достижения, осуществляется в интересах мобилизации творческого, социального и организационного потенциалов компании на достижение стратегического успеха. Любая стратегическая



С х е м а 2.14. Структура и компетенция органов управления акционерного общества

программа, к реализации которой специалисты, менеджеры и трудовые коллективы относятся с безразличием или оказывают сопротивление ей, обречена на неудачу.

Вместе с тем общее собрание не вправе рассматривать и принимать решения по вопросам, не отнесенным к его компетенции Федеральным законом об акционерных обществах. Мотивы установления Законом такой нормы не вполне ясны, поскольку:

♦ такая норма противоречит общепринятым нормам демократии в управлении: высший орган управления организацией не может быть лишен права рассмотрения и принятия решения по любому вопросу деятельности организации (на то он и высший орган);

♦ современный период социально-экономического и научно-технического развития характеризуется повышением нестабильности внешней среды организации, что порождает неожиданные проблемы, не имеющие аналогов в прошлом. Законодатель не может их предвидеть;

♦ для выявления наиболее значимых функций и задач управления, решение по которым целесообразно возложить на высший орган, необходимо спроектировать систему управления организации в целом, что не практикуется в рамках законотворчества. Возможно, именно вследствие этого законодатель не мог включить в компетенцию общего собрания и в компетенцию совета директоров решение многих проблем стратегического характера.

Совет директоров (наблюдательный совет) общества осуществляет общее руководство деятельностью общества, за исключением решения вопросов, отнесенных к компетенции общего собрания акционеров.

К числу важнейших вопросов, отнесенных к компетенции совета директоров, принадлежат:

1) определение приоритетных направлений деятельности общества (обратим внимание на то, что такая постановка вопроса не предусматривает разработки стратегий и стратегических проектов);

2) принятие рекомендаций по размеру дивиденда по акциям (такие рекомендации с точки зрения стратегического управления имеют ограниченное значение, ибо компания нуждается в выработке долгосрочной дивидендной политики как инструмента инвестирования и мотивации деятельности);

3) одобрение крупных сделок, предметом которых является имущество.

Законодательство также устанавливает, что в компетенцию совета директоров могут входить и другие вопросы, предусмотренные Законом и уставом общества. Это дает возможность сформировать в уставе общества полный комплекс функций и задач оперативного и стратегического управления, входящих в компетенцию совета директоров и (или) правления общества.

Руководство текущей деятельностью общества осуществляет правление, председателем которого является генеральный директор (директор), или единолично генеральный директор (директор). Однако, помимо правления, в практике предприятий конкретное оперативное управление осуществляют штатные органы управления и линейные руководители производственных подразделений, которые как субъекты управления должны быть включены в систему управления компании. Организация такого управления строится на основе внутренних (корпоративных) документов (положений, стандартов, регламентов).

Полномочия единоличного исполнительного органа могут быть переданы *по договору доверительного управления имуществом* другой коммерческой организации (управляющей организации) или индивидуальному предпринимателю (управляющему). По договору доверительного управления имуществом одна сторона (учредитель управления) передает другой стороне (доверительному управляющему) на определенный срок (не более 5 лет) имущество (в том числе предприятия и другие имущественные комплексы) в доверительное управление. Последняя обязуется осуществлять управление этим имуществом в интересах учредителя управления или другого указанного им лица (выгодоприобретателя). Учредителем доверительного управления является собственник имущества.

§ 2.4. НОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА БЕЗ ОБРАЗОВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

С развитием рыночной экономики в России формы предпринимательской деятельности становятся все более разнообразными. Они либо воскрешаются из прошлого российского опыта и получают дальнейшее развитие (простое товарищество), либо воспринимаются из зарубежного опыта (франчайзинг).

§ 2.4.1. Совместная предпринимательская деятельность в форме простого товарищества

Концентрация усилий и скоординированность действий нескольких предприятий или индивидуальных предпринимателей по достижению общих целей может быть во многих случаях достигнута путем заключения между ними договора простого товарищества.

Правовой институт простого товарищества установлен Гражданским кодексом РФ. По *договору простого товарищества (договору о совместной деятельности)* двое или несколько лиц (товарищей) обязуются соединить свои вклады и совместно действовать без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иной не противоречащей закону цели. Срок действия простого товарищества определяется соглашением сторон, но может и отсутствовать в договоре (простое товарищество в этом случае подразумевается бессрочным).

Главной особенностью договора простого товарищества является то, что его участники не выступают по отношению одно к другому в роли должников и кредиторов, как это имеет место в других договорах. Участники этой сделки юридически не обособляют имущество, используемое ими для совместной деятельности, и потому отвечают по общим долгам всем своим личным имуществом в долевом или солидарном порядке.

Вкладом товарища признается все то, что он вносит в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и деловые связи. Вклады товарищей предполагаются равными по стоимости, если иное не следует из договора простого товарищества или фактических обстоятельств. Денежная оценка вклада товарища производится по соглашению между товарищами.

Следует отметить, что общее имущество товарищей не служит гарантией удовлетворения их кредиторов по общим обязательствам. Поэтому допускается внесение в качестве вкладов не только реального имущества, но и профессиональных и иных знаний, а также умений и навыков, деловых связей и деловой репутации. Внесенное товарищами имущество, которым они обладали на праве собственности, а также произведенная в результате совместной деятельности продукция и полученные от такой деятельности плоды

и доходы признаются их общей долевой собственностью, если иное не установлено законом или договором простого товарищества либо не вытекает из существа обязательства.

Юридическое обособление общего имущества участников от их личного имущества обычно производится с помощью его бухгалтерского учета на отдельном балансе. Ведение такого учета может быть поручено одному из товарищей (юридическому лицу).

При *ведении общих дел* каждый товарищ вправе действовать от имени всех товарищей, если договором не установлено, что ведение дел осуществляется отдельными участниками либо совместно всеми участниками договора. При совместном ведении дел для совершения каждой сделки требуется согласие всех товарищей. В этой ситуации они вправе либо каждый подписать соглашение по сделке, либо выдать для этого разовую доверенность одному или нескольким участникам.

Если участник товарищества *совершил сделку по ведению общих дел с превышением своих полномочий* (например, получив на нее согласие большинства, но не всех товарищей), *остальные участники* все равно *будут считаться обязанными по такой сделке*, так как их контрагенты (третьи лица) не обязаны знать об ограничениях на совершение сделки, касавшихся данного товарища. В случае, когда они знали (должны были знать) о таких ограничениях (в частности, не удостоверились в наличии полномочий у лица, совершившего сделку, действовать от имени всех товарищей), стороной по сделке будет признан лишь совершивший ее товарищ. Однако доказать последнее обстоятельство должны сами заинтересованные товарищи, иначе сделка предполагается заключенной с их согласия и в их общих интересах.

Участник простого товарищества, действовавший с превышением полномочий или от своего имени, в ситуации, когда заключенная им сделка была **необходима** в общих интересах товарищества, вправе требовать от других товарищей возмещения своих расходов. Если же в результате такой сделки другие товарищи понесли убытки, они также вправе требовать их возмещения от совершившего сделку участника.

Каждый товарищ независимо от того, уполномочен ли он вести общие дела товарищей, вправе знакомиться со всей документацией по ведению дел.

Порядок покрытия расходов и убытков, связанных с совместной деятельностью товарищей, определяется их соглашением. При отсутствии такого соглашения каждый товарищ несет расходы и убытки пропорционально стоимости его вклада в общее дело. Очевидно, что в большинстве случаев убытки и расходы будут погашаться прежде всего за счет общего имущества или его определенной части и лишь при его недостатке из личного имущества участников с учетом относительного размера каждого вклада.

Прибыль, полученная товарищами в результате их совместной деятельности, распределяется пропорционально стоимости вкладов товарищей в общее дело, если иное не предусмотрено договором или иным соглашением товарищей. Договором могут быть введены дополнительные критерии распределения прибыли (например, дополнительная часть прибыли за успешное ведение общих дел).

Договор простого товарищества прекращается по истечении срока или по достижении цели, для которой он заключается, а также по другим обстоятельствам (объявление какого-либо из товарищей банкротом, выход из товарищества одного из участников, выдел доли товарища по требованию его кредитора, в случаях, если договором или последующим соглашением не предусмотрено сохранение договора в отношениях между остальными товарищами).

При прекращении действия договора возникает необходимость решения двух вопросов: а) об ответственности по общим обязательствам, существующим перед третьими лицами; б) о разделе общего имущества или возврате имущества, переданного в общее пользование.

Что касается ответственности по общим обязательствам, то с момента прекращения договора простого товарищества его участники несут солидарную ответственность по неисполненным общим обязательствам в отношении третьих лиц. В случае, когда договор простого товарищества не был прекращен в результате заявления какого-либо из участников об отказе от дальнейшего в нем участия либо расторжения договора по требованию одного из товарищей, лицо, участие которого в договоре прекратилось, отвечает перед третьими лицами по общим обязательствам, возникшим в период его участия в договоре, так, как если бы оно осталось участником договора простого товарищества.

Раздел общего имущества осуществляется по правилам, установленным Гражданским кодексом РФ для раздела до-

левой собственности. При этом товарищ, внесший в общую собственность индивидуально определенную вещь, вправе при прекращении договора простого товарищества требовать в судебном порядке возврата ему этой вещи при условии соблюдения интересов остальных товарищей и кредиторов. Имущество, переданное в общее пользование, возвращается передавшему его участнику без компенсации за износ (если нет соглашения участников о компенсации).

Договором простого товарищества может быть предусмотрено, что его существование не раскрывается для третьих лиц (*негласное товарищество*). В отношениях с третьими лицами каждый из участников негласного товарищества отвечает всем своим имуществом по сделкам, которые он заключил от своего имени в общих интересах товарищей. В отношениях между товарищами обязательства, возникшие в процессе их совместной деятельности, считаются общими.

В настоящее время рассматриваемая форма предпринимательской деятельности пока не нашла широкого распространения в Российской Федерации. Образование простых товариществ, по-видимому, целесообразно в первую очередь в форме консорциумов, создаваемых на определенный срок в интересах выполнения крупных проектов.

Финансово-промышленные группы по своему юридическому статусу, как правило, также представляют собой простые товарищества, созданные на основании договора участников. Они формируют свое общее имущество путем вкладов участников и несут солидарную ответственность по общим обязательствам. Не составляют простого товарищества лишь финансово-промышленные группы, состоящие исключительно из основных (материнских) и дочерних компаний. Однако если эти компании связаны между собой специальным договором об управлении, то имеет место разновидность простого товарищества.

§ 2.4.2. Правовые основы коммерческой концессии (франчайзинга)

Сущность франчайзинга. Франчайзинг представляет собой одну из новых для российской экономики форм предпринимательской деятельности. Он открывает большие возможности для начинающих предпринимателей, большинство из которых не обладают для успешного веде-

ния дела достаточными знаниями, опытом и финансовыми возможностями и поэтому нуждаются в поддержке со стороны успешно действующих фирм.

Система франчайзинга получила широкое распространение в США, Японии, странах Западной Европы. Ее суть 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 франчайзинга.

Небольшая фирма, используя помощь франчайзера, может в сравнительно короткие сроки начать свое дело, причем постоянная поддержка со стороны головной фирмы помогает успешно преодолеть трудности, особенно на начальном этапе функционирования. Помощь и поддержка со стороны франчайзера предоставляется за плату (роялти), которая может быть достаточно высокой.

Таким образом, 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 и франчайзинговых структур (схема 2.15). Основными типами являются товарный, производственный, деловой, дочерний и конверсионный франчайзинг.

Товарный франчайзинг представляет собой распределительную систему сбыта товаров, произведенных франчайзером. Для такого типа франчайзинга в наибольшей степени подходит продукция, которая имеет известную товарную марку и требует комплекса предпродажных и послепродажных услуг.

При **производственном франчайзинге** крупные компании в ряде случаев выдают лицензии другим компаниям или предприятиям на использование своего товарного знака или торговой марки при изготовлении продукции, которая запатентована или производится с помощью патентованного процесса и (или) «ноу-хау».

Деловой франчайзинг имеет многие общие черты с товарным франчайзингом и является наиболее популярным. Он обычно представляет собой выдачу лицензии на товарный знак и способ ведения розничной торговли товарами и (или) услугами, а также использование соответствующего «ноу-хау».

Дочерний франчайзинг является сравнительно новым и быстро развивающимся типом взаимоотношений франчайзинга и предполагает организацию независимого бизнеса под «патронажем» франчайзера.

Конверсионный франчайзинг начал развиваться с появлением в начале 70-х годов франчайзинговых программ

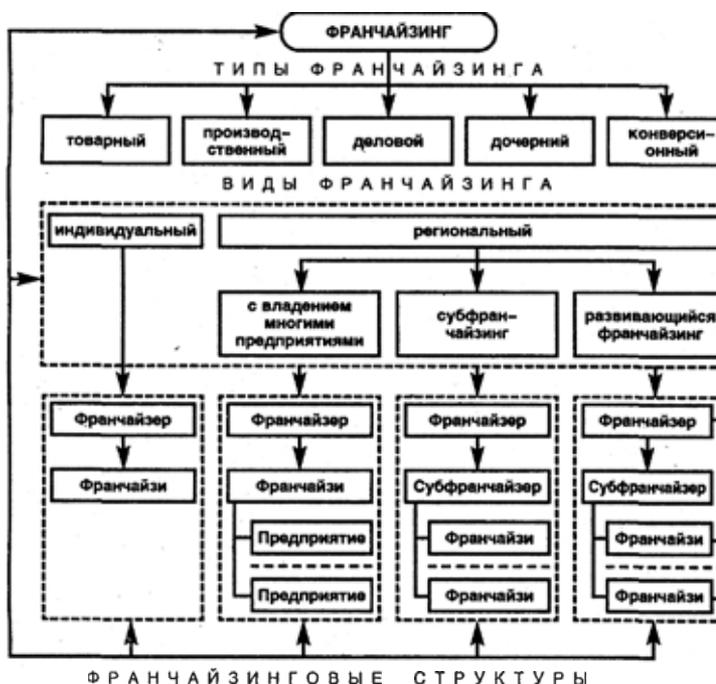


Схема 2.15. Система франчайзинга

по брокерским операциям с недвижимостью, а затем его в определенной мере использовали в ряде других услуг (финансовых, оформлении интерьеров, торговле поддержанными автомобилями, бухгалтерской отчетности). Происходило превращение (конверсия) так называемой неселективной системы сбыта (при которой изготовитель продает свою продукцию широкому кругу оптовых и розничных торговцев) в *селективные системы сбыта*. Последние характеризуются тем, что *продукция продается только оптовыми или розничным предприятиям, работающим по системе франчайзинга*.

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).

Региональный франчайзинг подразделяется на различные подвиды:

◆ *франчайзинг с владением многими предприятиями* — развивается из индивидуального франчайзинга. В этом варианте франчайзер и франчайзи заключают контракт на региональное развитие бизнеса, в соответствии с которым франчайзи имеет право открыть свои предприятия в определенном районе;

◆ *субфранчайзинг* — головное предприятие имеет контракт с франчайзи, который одновременно является субфранчайзером. Последний привлекает других франчайзи на основе контрактных отношений;

◆ *развивающийся франчайзинг* — отличается от субфранчайзинга тем, что низовые франчайзи связаны контрактными отношениями как с субфранчайзером, так и с франчайзером. В соответствии с условиями контракта субфранчайзер обязуется подобрать и соответствующим образом обучить индивидуальных франчайзи, оказывать им практическую и методическую помощь и осуществлять контроль за их деятельностью. В то же время франчайзер выдает лицензию (франшизу) непосредственно индивидуальным франчайзи и имеет с ними прямые контрактные отношения.

Система франчайзинга ориентирована на достижение успеха всеми ее участниками. Преимуществами для франчайзера являются:

- ✦ выгоды от широкого и быстрого расширения бизнеса без больших финансовых затрат;
- ✦ возможность осуществления эффективного контроля над условиями реализации своей продукции и услуг;
- ✦ получение дохода в виде платежей роялти;
- ✦ получение дополнительной прибыли за счет снижения издержек производства на единицу продукции или услуги в результате роста масштабов производства.

Участие в системе франчайзинга дает преимущества и франчайзи, такие, как:

- ✦ возможность стать и оставаться самостоятельным бизнесменом;
- ✦ право вести свой бизнес под торговой маркой, имеющей хорошую репутацию на рынке;
- ✦ использование апробированной концепции бизнеса и маркетинга;
- ✦ возможность получения управленческих консультаций от экспертов в соответствующей области;
- ✦ снижение затрат на рекламу за счет организации совместной деятельности;
- ✦ получение услуг головной фирмы в организации начального и последующего обучения.

Однако возможности реализации этих преимуществ зависят от многих условий — и в первую очередь от имиджа франчайзера на рынке, научно-технического уровня передаваемой франчайзи технологии, качества производимых товаров (работ, услуг), характера спроса на эти товары и состояния конкурентной среды. Во всех случаях для принятия решения об участии в системе франчайзинга или ее распространении на те или иные рынки и области предпринимательства необходима разработка бизнес-плана предполагаемой деятельности.

Основные положения законодательства о коммерческой концессии. Правовые нормы коммерческой концессии установлены Гражданским кодексом РФ. В основу правоотношений ее участников положен договор коммерческой концессии. По такому договору *одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской*

деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю, в том числе право на 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.

Пользователь (франчайзи) выступает в деловом обороте самостоятельно (юридически), но в отношениях со своими потребителями действует как бы от имени правообладателя (франчайзера). Последний, таким образом, расширяет границы своей деятельности без дополнительных затрат и с выгодой для себя. Более того, франчайзи в отношениях с потребителями фактически осуществляет рекламу франчайзера, так как подчеркивает аналогичность своих товаров (услуг) с товарами (услугами) головной фирмы. Заключение договор коммерческой концессии с известной, хорошо зарекомендовавшей себя фирмой, малое предприятие приобретает значительные преимущества вследствие того, что оно выходит на рынок в облике данной фирмы, использующей соответствующую технологию и обеспечивающей высокое качество результатов своей деятельности, и тем самым создает и себе стабильный высокий спрос на производимые товары (услуги).

Договор коммерческой концессии принципиально отличается от лицензионного договора тем, что предприятие, приобретающее лицензию (лицензиат), не выступает на рынке в облике предприятия, предлагающего лицензию (лицензиара). **Предприятие-лицензиат** представляет товар от своего имени, хотя и производит его по лицензии.

Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя:

- ◆ в определенном объеме (может быть установлен, в частности, минимальный и (или) максимальный объем);
- ◆ на определенной территории или без ее указания;
- ◆ применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем по технологии франчайзера, производству работ, оказанию услуг).

Сторонами по договору коммерческой концессии могут быть коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

Договор регистрируется в органе, осуществившем регистрацию правообладателя, а если последний зарегистрирован в иностранном государстве, — в органе, осуществившем регистрацию пользователя. Если в договоре предусматривается использование объекта, охраняемого патентным законодательством, то договор должен быть также зарегистрирован в соответствующем патентном органе.

Закон допускает различные формы *вознаграждения правообладателю*, такие, как фиксированные разовые или периодические платежи, отчисления от выручки, наценка на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи.

Коммерческая субконцессия. Договором коммерческой концессии может быть предусмотрено *право пользователя* разрешать другим лицам использование предоставленного ему комплекса исключительных прав или части этого комплекса на условиях субконцессии, согласованных им с правообладателем либо определенных в договоре коммерческой концессии. В договоре может быть предусмотрена обязанность пользователя предоставить в течение определенного срока определенному числу лиц право пользования указанными правами на условиях субконцессии.

При *досрочном прекращении договора* коммерческой концессии, заключенного *на срок*, и *при расторжении договора*, заключенного без указания срока, *права и обязанности вторичного правообладателя по договору субконцессии* (субфранчайзинга) *переходят к правообладателю* (головному предприятию), если он не откажется от принятия на себя прав и обязанностей по этому договору и если иное не предусмотрено договором коммерческой концессии.

Субфранчайзер несет субсидиарную ответственность за вред, причиненный франчайзеру действиями франчайзи (пользователя по договору субконцессии).

Обязанности и ответственность правообладателя. Правообладатель имеет два вида обязанностей: он *безусловно обязан и обязан, если договором не предусмотрено иное*.

Правообладатель обязан:

❖ передать пользователю техническую и коммерческую документацию и предоставить иную информацию, необходимую пользователю для осуществления прав, предоставленных ему по договору коммерческой концессии, а также проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав;

❖ выдать пользователю предусмотренные договором лицензии, обеспечив их оформление в установленном порядке.

Если договором не предусмотрено иное, он обязан:

❖ обеспечить регистрацию договора коммерческой концессии;

❖ оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников;

❖ контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем.

Различна и ответственность правообладателя по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров (работ, услуг):

❖ он несет *субсидиарную ответственность* при несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору коммерческой концессии;

❖ по требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции (товаров) правообладателя, последний отвечает солидарно с пользователем.

Обязанности пользователя. К числу неперменных обязанностей пользователя по договору коммерческой концессии относится обязанность:

❖ использовать фирменное наименование и (или) коммерческое обозначение правообладателя указанным в договоре образом;

❖ обеспечивать соответствие качества производимых им товаров (работ, услуг) качеству аналогичных товаров (работ, услуг), производимых непосредственно правообладателем;

❖ соблюдать инструкции и указания правообладателя, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования комплекса исключительных прав тому, как он используется правообладателем;

❖ оказывать покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая (заказывая) товар (работу, услугу) непосредственно у правообладателя;

❖ не разглашать секреты производства правообладателя и другую полученную от него конфиденциальную коммерческую информацию;

❖ предоставить оговоренное количество субконцессий, если такая обязанность предусмотрена договором;

✧ информировать покупателей (заказчиков) о том, что он использует фирменное наименование, коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации в силу договора коммерческой концессии.

Алгоритм реализации хозяйственных правоотношений в коммерческой концессии показан на *схеме 2.16*.

Ограничения прав сторон. Договором коммерческой концессии могут быть предусмотрены ограничения прав сторон, не противоречащие антимонопольному законодательству, в том числе *обязательства правообладателя*:

✧ не предоставлять другим лицам аналогичные комплексы исключительных прав для их использования на закрепленной за пользователем территории;

✧ воздерживаться от собственной аналогичной деятельности на этой территории;

обязательства пользователя:

✧ не конкурировать с правообладателем на территории, на которую распространяется действие договора коммерческой концессии в отношении предпринимательской деятельности, осуществляемой пользователем с использованием принадлежащих правообладателю исключительных прав;

✧ отказаться от получения по договорам коммерческой концессии аналогичных прав у конкурентов (потенциальных конкурентов) правообладателя;



С х е м а 2.16. Алгоритм реализации хозяйственных правоотношений в коммерческой концессии

❖ согласовывать с правообладателем место расположения коммерческих помещений, используемых при осуществлении предоставленных по договору исключительных прав, а также их внешнее и внутреннее оформление.

Правообладатель не вправе требовать от пользователя продажи товаров (выполнения работ или оказания услуг) только определенному кругу лиц либо исключительно покупателям, имеющим место нахождения (место жительства) на определенной территории. Условия договора, приводящие к таким ограничениям, являются ничтожными.

Заключение договора на новый срок. Пользователь, надлежащим образом исполнявший свои обязательства, имеет право заключить договор коммерческой концессии на новый срок на тех же условиях. Правообладатель вправе отказать в заключении договора на новый срок только при условии, что в течение 3 лет он не будет заключать аналогичные договоры с другими лицами или соглашаться на заключение аналогичных договоров субконцессии на территории, где действовал прежний договор. Если правообладатель решит в этот срок заключить подобный договор, он обязан сделать предложение прежнему пользователю либо возместить ему все возможные убытки, в том числе и упущенную выгоду.

Такая правовая норма ориентирует стороны по договору коммерческой концессии на длительное сотрудничество, что является одним из основных условий привлечения инвестиций в деятельность, обусловленную договором.

Законодательством установлено, что при заключении нового договора с тем же пользователем его условия должны быть не менее благоприятны для пользователя, чем условия прекратившегося договора. Обоснованность такой нормы вызывает сомнение, так как условия договора должны зависеть не только от интересов пользователя, но и от интересов правообладателя, а также от состояния рынка. Более обосновано правило: условия нового договора должны быть в равной степени благоприятны как для пользователя, так и для правообладателя.

Правила сохранения, изменения и прекращения договора коммерческой концессии в различных ситуациях приводятся в *табл. 2.5*.

Следует заметить, что правило, приведенное в п. 2 этой таблицы, установлено в предположении неизбежного ухуд-

Т а б л и ц а 2.5.

Ситуация	Правило
1. Право правообладателя на фирменное наименование и коммерческое обозначение прекращено без замены его новыми аналогичными правами	Договор коммерческой концессии прекращается
2. Правообладатель изменил свое фирменное наименование или коммерческое обозначение	<p>Договор продолжает действовать в отношении нового фирменного наименования или коммерческого обозначения правообладателя, если пользователь не потребует расторжения договора и возмещения вреда.</p> <p>Пользователь вправе потребовать уменьшения причитающегося правообладателю вознаграждения</p>
3. Истек срок действия какого-либо исключительного права правообладателя (либо оно прекратилось)	<p>Договор продолжает действовать, за исключением положений, относящихся к прекратившемуся праву.</p> <p>Пользователь вправе потребовать соразмерного уменьшения вознаграждения правообладателю</p>
4. Какое-либо исключительное право перешло к другому лицу	Новый правообладатель становится стороной действующего договора коммерческой концессии в части соответствующих прав и обязанностей
5. Правообладатель или пользователь объявлен банкротом	Договор прекращается

шения условий договора для пользователя в результате изменения правообладателем своего фирменного наименования или коммерческого обозначения. Однако такое предположение нельзя признать обоснованным: эти изменения могут создать и более благоприятные условия для пользователя (например, правообладатель стал дочерним предприятием более известной фирмы и принял ее наименование). Очевидно, что в этом случае правообладатель обоснованно может потребовать от пользователя повышения вознаграждения по договору.

2.5. ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ НАРОДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Факторы, определяющие целесообразность и возможности создания народных предприятий. Целесообразность и возможности преобразования той или иной коммерческой организации в народное предприятие определяются рядом факторов:

1. *Желанием большинства участников коммерческой организации.* Решение о преобразовании в народное предприятие должно быть принято *не менее чем тремя четвертями голосов* участников коммерческой организации *от их списочной численности.* В таком преобразовании могут быть не заинтересованы: а) внешние акционеры открытых акционерных обществ, если их численность составляет более 25% от общей численности акционеров; б) руководители преобразуемой коммерческой организации, имеющие крупные пакеты акций, в силу того, что при преобразовании в народное предприятие размер их пакетов акций будет ограничен. Они могут усилить группировку внешних акционеров, выступающих против преобразования.

• 2. *Возможностью создания народного предприятия без ущемления собственных интересов внешних акционеров.* Договором о создании народного предприятия могут быть предусмотрены условия, при которых преобразование коммерческой организации осуществляется без уменьшения совокупной номинальной стоимости акций, которыми владеют внешние акционеры (если на момент преобразования их номинальная стоимость составляла более 25% уставного капитала народного предприятия).

Федеральный закон позволяет за счет выпуска дополнительных акций в течение 5-10 лет с момента образования народного предприятия достичь установленного Законом соотношения долей акций, которыми могут владеть внутренние (в совокупности) и внешние (в совокупности) акционеры.

Более легко в народные предприятия преобразуются закрытые акционерные общества, хозяйственные товарищества и производственные кооперативы.

3. *Возможностью создания народных предприятий в широком диапазоне производственных мощностей* — от малых предприятий до крупных компаний, поскольку Законом предусмотрен широкий диапазон численности ра-

ботников НП (численность работников народного предприятия не может составлять менее 51 человека, а число акционеров не должно превышать 5000).

Максимальная численность работников предприятия будет зависеть от численности внешних акционеров, поскольку они не ограничиваются размерами пакетов акций в пределах их доли в уставном капитале НП (от 0 до 25% уставного капитала), а также от численности работников-неакционеров (от 0 до 10% от общей численности работников).

Ниже приводятся примеры расчета численности работников народного предприятия в зависимости от распределения акций между внешними акционерами и численности работников-неакционеров.

ПРИМЕР 1. Доля работников в уставном капитале 76%, доля внешних акционеров — 24%, численность работников-неакционеров 10%, среди внешних акционеров акции распределены равномерно.

Численность:							
акционеров НП	60	100	1000	2000	3000	4000	5000
внешних акционеров.....	14	24	240	480	720	960	1200
работников-акционеров.....	46	76	760	1520	2280	3040	3800
работников-неакционеров....	5	8	84	168	253	337	422
работников НП	51	84	844	1688	2533	3377	4222

ПРИМЕР 2. Доля работников-акционеров в уставном капитале составляет 76%, доля внешних акционеров — 24%, численность работников-неакционеров — 5%, вся доля акций внешних акционеров принадлежит одному лицу.

Численность:							
акционеров НП	49	100	1000	2000	3000	4000	5000
внешних акционеров.....	1	1	1	1	1	1	1
работников-акционеров.....	48	99	999	1999	2999	3999	4999
работников-неакционеров.....	3	5	52	105	157	210	263
работников НП	51	104	1051	2104	3156	4209	5262

Как видно из этих примеров, численность работников народного предприятия может быть как ниже, так и выше 5000. Однако создать крупномасштабное предприятие можно только путем преобразования открытого акционерного общества, в котором работникам предприятия принадлежит не менее 49% уставного капитала, что сопряжено с указанными выше трудностями.

4. *Ограничением возможностей самофинансирования роста производственного потенциала* народного предприятия вследствие ограничения доли акций предприятия в общем количестве акций, которой могут владеть в совокупности внешние акционеры, а также ограничения доли акций, которой может владеть один работник народного предприятия, так как при этом ограничивается величина уставного капитала, а значит, и величина оплаченного капитала (рыночная стоимость всех обыкновенных акций за вычетом уставного капитала).

В связи с этим народные предприятия целесообразно создавать в отраслях производства со стабильными и плодотворными технологиями, для которых характерны большие периоды времени между реконструкциями производства.

Стабильная технология остается неизменной в течение всего жизненного цикла спроса производимой в этой технологии продукции. Научно-техническое развитие производства при таком типе технологии осуществляется путем модернизации продукции и улучшения отдельных параметров технологической системы (замены или модернизации отдельных агрегатов технологического оборудования). Стабильная технология на стадиях ускорения и устойчивого роста спроса обеспечивает повышение прибыльности, вследствие чего нововведения в производство при такой технологии находят поддержку персонала и организации в целом.

При *плодотворной технологии* базовая технология сохраняется длительное время. При этом разрабатываются и изготавливаются сменяющие друг друга поколения продукции с лучшими показателями качества. Разработка и освоение производства новых образцов продукции становятся решающим фактором экономического успеха. Потребность в частом обновлении продукции вызывает необходимость улучшать технологическую систему в режиме **«нововведенческого конвейера»**, то есть постоянно вводить нововведения малой и средней радикальности.

Для того чтобы развитие в режиме «нововведенческого конвейера» было эффективным, необходимо обеспечивать выполнение следующих условий:

❖ на каждом шаге конвейера нововведений осуществлять выбор такого участка производства, на котором новшество может быть внедрено обособлено от других участков и с наибольшим приростом эффективности производства в целом;

❖ сформировать и постоянно обновлять банк идей и технических новшеств;

❖ производить отбор из ряда однотипных новшеств наиболее эффективного.

Режим «нововведенческого конвейера» позволяет осуществлять постепенное финансирование капиталовложений в развитие **производства** за счет амортизационного фонда, прибыли и доходов от размещения акций, не прибегая к единовременным крупным капиталовложениям.

Изменчивые технологии, при которых продолжительность производства определенного вида товара в данной технологии кратковременна и каждый раз при переходе к производству нового товара в силу его сложности необходим переход к новой технологии, требуют крупных капиталовложений в развитие производства. Финансирование капиталовложений при таком типе технологии, как правило, выходит за пределы самофинансирования, и становится неизбежным привлечение крупных кредитов. По-видимому, в производствах с изменчивой технологией создание народных предприятий будет малооправданно.

создание народного предприятия и формирование его уставного капитала. Создание НП допускается только путем преобразования коммерческой организации. В НП может быть реорганизовано любое хозяйственное товарищество, производственный кооператив и любое хозяйственное общество за исключением открытых акционерных обществ, в которых работникам предприятия принадлежит менее 49 процентов уставного капитала.

Для преобразования в народное предприятие необходимо:

❖ решение участников* коммерческой организации, принятое в порядке, установленном законодательством и учре-

* Участниками коммерческой организации являются юридические и физические лица, участвующие в образовании имущества этой организации и имеющие в отношении нее обязательственные права (акционеры, полные товарищи, вкладчики, члены производственного кооператива).

дительными документами этой организации. Это решение должно быть принято не менее чем *тремя четвертями голосов от списочной численности участников коммерческой организации*. Те из участников, которые голосовали против преобразования, имеют право предъявить требование о выкупе своих акций (паев, долей) полностью или частично;

- ◆ согласие работников коммерческой организации на ее преобразование в народное предприятие;

- ◆ заключение договора о создании народного предприятия между участниками коммерческой организации и работниками предприятия, решившими стать акционерами народного предприятия (договор подписывается всеми лицами, решившими стать акционерами НП);

- ◆ сформировать уставный капитал народного предприятия путем обмена акций преобразуемой коммерческой организации на акции народного предприятия и оплаты работниками (решившими стать акционерами) не менее 50% стоимости того количества акций народного предприятия, которое в соответствии с договором должно им принадлежать на момент создания НП;

- ◆ разработать устав народного предприятия;

- ◆ зарегистрировать новое юридическое лицо и внести в государственный реестр юридических лиц запись о прекращении деятельности преобразованной коммерческой организации. В соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» с этого момента к народному предприятию переходят все права и обязанности преобразованной коммерческой организации.

Договор о создании НП. Содержание договора должно соответствовать требованиям Федерального закона «Об акционерных обществах» (п. 5 ст. 9) и дополнительным требованиям Федерального закона «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)». В нем определяется порядок осуществления учредителями (участниками преобразуемой коммерческой организации и ее работниками, решившими стать акционерами народного предприятия) совместной деятельности по созданию НП, размер уставного капитала НП, номинальная стоимость и порядок оплаты акций НП, права и обязанности учредителей по созданию НП. Помимо этого, договор должен содержать:

- ◆ сведения о количестве акций НП, которыми может владеть в момент создания: каждый работник образуемого НП;

каждый участник преобразуемой коммерческой организации, не являющийся ее работником; каждое физическое лицо, не являющееся ее участником, и (или) юридическое лицо;

▽ денежную оценку акций (долей, паев) преобразуемой коммерческой организации;

◇ условия, сроки и порядок выкупа народным предприятием акций у его акционеров;

◇ указание формы оплаты акций народного предприятия или порядка обмена акций (долей, паев) преобразуемой коммерческой организации на акции НП *каждым акционером* в момент создания НП.

Приведем некоторые соображения по определению нового соотношения при обмене **акций** преобразуемой коммерческой организации на акции НП. Пусть коммерческая организация до ее преобразования имела:

уставный капитал $УК$,

стоимость чистых активов $ЧА$,

количество акций n ,

номинальную стоимость акции P_H .

Уставом народного предприятия на момент его создания определены: _____

уставный капитал $УК$,

количество акций m , _____

номинальная стоимость акции P_H ,

стоимость чистых активов осталась без изменений.

Пусть

$$\frac{УК}{ЧА} = \eta_1 < 1,0; \quad \frac{\overline{УК}}{\overline{ЧА}} = \eta_2 < 1,0.$$

Из этого следует, что

$$\frac{УК}{\eta_1} = \frac{\overline{УК}}{\eta_2} \quad \text{или} \quad \frac{nP_H}{\eta_1} = \frac{m\overline{P}_H}{\eta_2}.$$

Уставный капитал по своему назначению определяется из условия гарантии интересов кредиторов предприятия, и его величина задается в первую очередь. На основе величины уставного капитала определяется номинальная стоимость и количество размещаемых акций.

Федеральным законом установлено, что номинальная стоимость акций народного предприятия не может быть более 20% от минимального размера оплаты труда. Эта норма, очевидно, введена для того, чтобы облегчить приобретение акций работниками предприятия. Если общее со-

брание акционеров своим решением определило номинальную стоимость акции (\bar{P}_H), то тем самым установлено *меновое соотношение* номинальных цен (P_H/\bar{P}_H) — количество акций народного предприятия за одну акцию преобразуемой коммерческой организации.

Например, $P_H = 40$ руб.; $\bar{P}_H = 20$ руб.

Меновое соотношение в этом случае будет: $40 : 20 = 2$, то есть обмен должен осуществляться в соотношении: две акции народного предприятия за одну акцию преобразуемой коммерческой организации.

Тогда количество акций народного предприятия на момент его создания определяется следующим образом:

$$m\bar{P}_H\eta_1 = nP_H\eta_2;$$

$$m = n \cdot \frac{\eta_2}{\eta_1} \cdot \frac{P_H}{\bar{P}_H}.$$

Если, например,

$$\eta_2 = 0,4; \eta_1 = 0,25; n = 100000; P_H/\bar{P}_H = 2,$$

то

$$m = 100000 \cdot \frac{0,4}{0,25} \cdot 2 = 320000.$$

Если для удобства распределения акций среди работников НП целесообразно иметь другое количество акций, то необходимо изменить меновое соотношение. Например, установив номинальную стоимость акции 10 руб., получим меновое соотношение — четыре акции народного предприятия за одну акцию преобразуемой коммерческой организации ($P_H/\bar{P}_H = 4$). В данном случае количество акций следует увеличить до 640000.

Можно также изменить величину вновь формируемого уставного капитала НП. Например, установив его в размере 0,5 от стоимости чистых активов ($\eta_2 = 0,5$), при меновом соотношении 2 будем иметь количество акций народного предприятия на момент его создания:

$$m = 100000 \cdot \frac{0,5}{0,25} \cdot 2 = 400000.$$

Однако при определении размера уставного капитала следует исходить не только из условия создания гарантий для кредиторов, но и из возможностей размещения акций среди работников предприятия, особенно тех, кто не является акционером преобразуемой коммерческой организации.

Выкуп избыточного количества акций. В результате заключения договора о создании НП у ряда работников предприятия — участников коммерческой организации может оказаться (с учетом менового соотношения) избыток акций, которые не подлежат обмену на акции народного предприятия. В этом случае народное предприятие обязано в течение одного месяца после даты его создания заключить договоры купли-продажи принадлежащих данным работникам акций. При этом выкупная цена акций не может превышать их рыночную стоимость.

Алгоритм создания народного предприятия представлен на схеме 2.17.

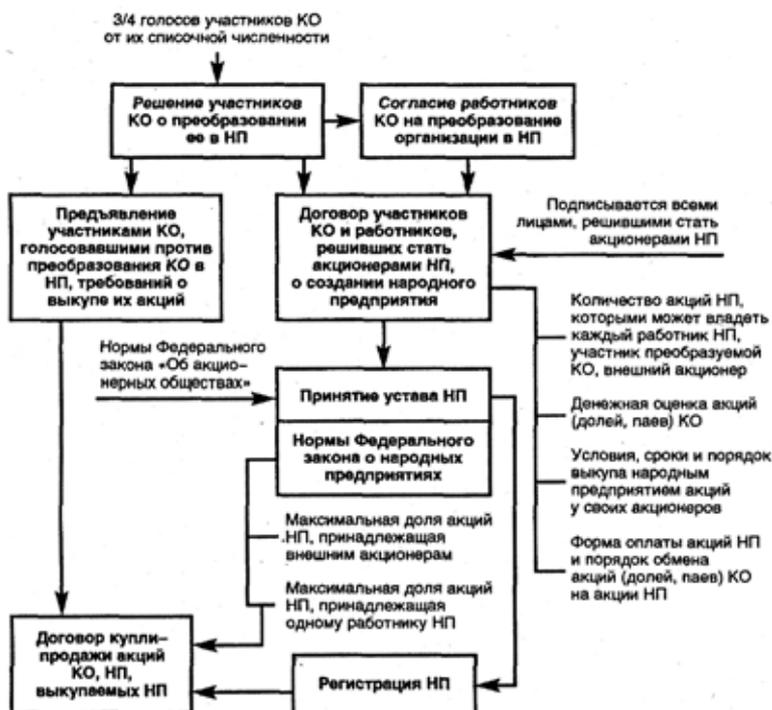


Схема 2.17. Алгоритм создания народного предприятия (НП)
КО — преобразуемая коммерческая организация

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Назовите категории коммерческого права. Что относится к предмету коммерческого права?
2. Сформулируйте принципы коммерческого права.
3. Что понимается под методом правового регулирования.
4. Что понимается под системой коммерческого права? Какие правовые институты можно выделить в коммерческом праве?
5. Какова структура правового механизма регулирования коммерческой деятельности предприятия?
6. Дайте классификацию юридических лиц.
7. Покажите укрупненный алгоритм создания и реорганизации акционерного общества.
8. Какими особенностями обладают хозяйственные товарищества с точки зрения коммерческой деятельности?
9. Какие права и обязанности имеют участники общества с ограниченной ответственностью?
10. Какие сведения должен содержать устав общества с ограниченной ответственностью?
11. Дайте определение номинальной и действительной стоимости доли участника ООО.
12. Что может служить вкладом в уставный капитал ООО?
13. Какими способами допускается увеличение уставного капитала?
14. Поясните, почему повышается риск несостоятельности ООО при увеличении уставного капитала за счет имущества?
15. Сформулируйте правила поведения заинтересованных сторон в различных ситуациях, связанных с уменьшением уставного капитала ООО.
16. Решение каких вопросов (в области коммерческой деятельности) относится к компетенции общего собрания участников ООО?
17. Дайте классификацию акционерных обществ.
18. Какие юридические инструменты необходимы для создания **многоуровневых** компаний?
19. Охарактеризуйте основные формы многоуровневых компаний.
20. Сформулируйте основные правовые нормы создания, реорганизации и ликвидации акционерного общества.

21. *Покажите алгоритм внесения изменений в уставный капитал АО.*
22. *Дайте классификацию акций.*
23. *В чем сущность дивидендной политики АО?*
24. *Какова мотивообразующая роль дивидендов?*
25. *Поясните сущность финансового сигнализирования.*
26. *Какие критерии необходимо учитывать при разработке дивидендной политики?*
27. *Приведите пример дивидендной политики.*
28. *Каковы, правила принятия решения о выплате дивидендов?*
29. *Покажите структуру управления АО. Какова компетенция органов управления АО?*
30. *Дайте определение простого товарищества.*
31. *Что признается вкладом товарища в простое товарищество?*
32. *Каков порядок покрытия расходов и убытков, связанных с совместной деятельностью товарищей?*
33. *В каких случаях прекращается договор простого товарищества?*
34. *В чем сущность франчайзинга?*
35. *Назовите основные виды франчайзинга и дайте им характеристику.*
36. *Перечислите основные типы франчайзинга. Дайте им характеристику.*
37. *В чем преимущества франчайзера как участника системы франчайзинга?*
38. *В чем преимущества франчайзи как участника системы франчайзинга?*
39. *В чем сущность коммерческой субконцессии?*
40. *Что относится к обязанностям правообладателя и обязанностям пользователя?*
41. *Что такое народное предприятие?*
42. *В чем особенности правового положения народного предприятия, установленного Законом?*
43. *Что содержит договор о создании народного предприятия?*
44. *Как определяется меновое соотношение при обмене акций преобразуемой коммерческой организации на акции народного предприятия?*
45. *Покажите алгоритм создания народного предприятия.*
46. *Какими факторами определяются целесообразность и возможность преобразования коммерческой организации в народное предприятие?*

Глава 3

КОНКУРЕНЦИЯ И ОГРАНИЧЕНИЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Конкуренция является ведущей характеристикой рыночной среды, в которой осуществляется коммерческая деятельность предприятий. Государство проводит политику поддержки добросовестной конкуренции и ограничения монополистической деятельности в интересах повышения эффективности общественного производства и его социальной направленности. Правовое регулирование конкуренции осуществляется на основе статьи 8 Конституции РФ, ряда антимонопольных норм, содержащихся в Гражданском кодексе РФ (статьи 10, 57, 1033), специальных антимонопольных законов: Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22 марта 1991 г. № 948-1 (в ред. от 9 октября 2002 г.), далее — *Закон о конкуренции на товарных рынках*; Федерального закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ (в ред. от 30 декабря 2001 г. с изм. и доп., вступившими в силу с 1 июля 2002 г.), далее — *Закон о конкуренции на финансовых рынках*; Федерального закона «О рекламе» от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ (в ред. от 30 декабря 2001 г. с изм. и доп., вступившими в силу с 1 июля 2002 г.); Федерального закона «О естественных монополиях» от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ (в ред. от 26 марта 2003 г.); Закона РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (в ред. от 30 декабря 2001 г. с изм. и доп., вступившими в силу с 1 июля 2002 г.), а также ряда нормативных актов разной юридической силы.

Основополагающим в антимонопольном законодательстве является Закон о конкуренции на товарных рынках.

Механизм конкуренции является составной частью экономического механизма управления деятельностью предприятий и определяется параметрами рыночной среды, конкурентными стратегиями, механизмами рыночного ценообразования, динамикой спроса и предложения.

§ 3.1. МЕХАНИЗМ КОНКУРЕНЦИИ

понятие конкуренции. Конкуренция — это исходная категория, характеризующая сущность рыночной экономики. Имеется несколько определений этого понятия. Приведем некоторые из них:

1. Конкуренция — *состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (Закон о конкуренции на товарных рынках).*

Соответственно, конкуренция на рынке финансовых услуг — *состязательность между финансовыми организациями, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждой из них односторонне воздействовать на общие условия предоставления финансовых услуг на рынке финансовых услуг (Закон о конкуренции на финансовых рынках).*

Такое определение конкуренции предполагает, что:

✦ участниками рынка являются только хозяйствующие субъекты (предприятия, организации);

✦ конкуренция присуща только совершенному рынку.

Ни то, ни другое не является обоснованным, так как:

✦ важнейшую роль в конкуренции играет рынок потребительских товаров (услуг), где активными участниками рынка на стороне покупателей выступают различные социальные группы населения;

✦ наиболее интенсивная конкуренция реально имеет место в условиях достаточно «широкой» **олигополии**.

2. Конкуренция — *борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся фирмами на доступных им сегментах рынка.*

Это определение предполагает только конкуренцию продавцов (предложение превышает спрос), имеющую место при олигополии в условиях развитой рыночной **экономики**.

3. Конкуренция — это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства. Продавцы и покупатели конкурируют между собой, чтобы добиться каждый своей цели за счет конкурентов (продавцы — более высокой прибыли; покупатели — более высокой полезности). Цена, установившаяся в ходе конкурентной борьбы, выполняет функцию регулирования спроса и предложения. В процессе соперничества на рынке заключаются сделки и изменяются доли участия в рыночной сфере.

В этом неформальном определении понятие конкуренции раскрывается более содержательно, так как оно предполагает как совершенный, так и несовершенный рынок и содержит указания о характере соперничества участников рынка, целевой направленности и функциях конкуренции.

Многофакторный характер конкуренции. Конкуренция — это многофакторная категория. Интенсивность конкуренции зависит в первую очередь от:

- ◆ модели (качества) рынка (совершенный или несовершенный рынок);

- ◆ формы рынка по количественному распределению участников на стороне предложения и спроса (полиполия, олигополия, монополия и их модификации);

- ◆ стадии жизненного цикла товара, представленного на рынке;

- ◆ мотивов конкуренции, которыми руководствуются продавцы и покупатели;

- ◆ типа предпринимательских реакций на изменения на рынке;

- ◆ степени вмешательства государства в экономические процессы, совершаемые на рынке.

Модели рынка. Рынок может быть совершенным и несовершенным. Модель совершенного рынка основана на предположении, что *все участники торговых сделок действуют, руководствуясь исключительно экономическими принципами*. Кроме того, для совершенного рынка характерны следующие условия:

- ◆ все товары данного вида объективно однородны в отношении их качества, внешнего вида и упаковки (гомогенны) и цена однозначно сопоставима с определенным товаром;

- ◆ условия конкурентной борьбы одинаковы для всех продавцов и покупателей, отсутствуют какие-либо предпочтения пространственного, личностного и временного характера;

❖ прозрачность рынка: продавцы и покупатели имеют возможность полного обзора рынка, получения достаточной информации о всех обстоятельствах ведения сделок (о ценах, скидках, качестве товара, условиях поставки и платежей).

На таком рынке действия отдельных продавцов или покупателей не могут оказывать существенное воздействие на общие условия обращения товаров.

Если одно из указанных условий нарушено, то имеет место **несовершенный рынок**. На рынках потребительских товаров продавцы склонны к тенденции с помощью упаковки и внешнего оформления представить свои гомогенные товары как гетерогенные (разнородные), расширить область предпочтений за счет благоприятного географического положения, временного распорядка и т. д. Большое неравенство условий создается рекламой товаров. Крупные и преуспевающие предприятия имеют возможность расходовать на рекламу значительные суммы и проводить широкие рекламные кампании, создавая тем самым привилегированное положение своим товарам на рынке. Большинство реально существующих рынков являются несовершенными.

Формы рынка. Другой важной характеристикой рынка является его форма, определяемая количественным распределением продавцов (сторона предложения) и покупателей (сторона спроса). Так как такое распределение многообразно, то многообразны и формы рынка (табл. 3.1).

Т а б л и ц а 3.1. Формы рынка

Спрос	Предложение		
	Многие	Несколько	Один
Многие	Полиполия (совершенная конкуренция)	Олигополия	Монополия
Несколько	Олигосония (олигополия спроса)	Двусторонняя олигополия	Ограниченная монополия
Один	Моносония (монополия спроса)	Ограниченная моносония	Двусторонняя монополия

На схеме 3.1 показаны характеристики рынков различных форм. На несовершенном рынке всегда имеет место несовершенная конкуренция. На совершенных рынках так-



С х е м а 3.1. Характеристики рынков различных форм

же существует несовершенная конкуренция, когда число участников рынка ограничено (олигополия, монополия).

Совершенная конкуренция имеет место при полиполии, когда на рынке много продавцов и много покупателей одного и того же товара. Рынок открыт для каждого. Рекламная кампания вовсе не обязательна, так как на продажу предлагаются только однородные товары, рынок прозрачен и отсутствуют какие-либо предпочтения. Цена товара на таком рынке — заданная величина (цена при равновесии спроса и предложения). Поэтому продавец может лишь решать, какое количество товара следует продать по данной цене.

При **олигополии** на рынке присутствуют (или контролируют значительную долю рынка) несколько продавцов

определенного вида товара и множество покупателей этого товара. Поведение каждого продавца оказывает определенное влияние на объем продаж его конкурентов и вызывает соответствующие реакции с их стороны. Эти реакции многоаспектны. Они касаются:

- ✦ определения политики продаж на данном рынке;
- ✦ выбора выгодных позиций в конкуренции путем определения доли своего присутствия на других рынках (на каких рынках следует укреплять свои позиции, на каких — уменьшать долю, с каких рынков уходить);
- ✦ выбора типа предпринимательских реакций.

Доступ к рынку другим продавцам при олигополии затруднен, так как может потребовать дополнительных затрат на конверсию производства, связанную с созданием требуемого ассортимента конкурентоспособной продукции, а также рекламу. Для этой формы рынка характерны взаимозависимость продавцов и их совместные действия.

Различают «жесткую» олигополию, когда господствуют 2—3 фирмы, и «расплывчатую» (широкую) олигополию, когда 6—7 фирм занимают 70—80% рынка.

Для оценки степени неравенства между лидирующими на рынке продавцами товара используется индекс Линда:

$$K(K - 1)^{i-1}$$

где K — число крупных продавцов (от 2 до N); Q_i — отношение между средней долей рынка i продавцов и долей $K - i$ продавцов; i — число ведущих продавцов среди K крупных продавцов.

$$Q_i = \frac{A_i}{i} \cdot \frac{A_k - A_i}{K - i}$$

где A_i — общая доля рынка, приходящаяся на i продавцов; A_k — доля рынка, приходящаяся на K крупных продавцов.

Индекс Линда используется в качестве определителя «границы» олигополии следующим образом: рассчитывается L для $K = 2$, $K = 3$ и так далее до тех пор, пока $L_{k+1} > L_k$, то есть не будет получено первое нарушение непрерывности, показателя L . «Граница» считается установленной при достижении значения L_k минимального значения по сравнению с

Пример расчета индекса Линда. На федеральном рынке бытовых холодильников действует 15 хозяйствующих субъектов.

Их доля на рынке составляет (в процентах):

1	15,7	0	8,8	11	2,7
2	14,5		7,3	12	2,7
3	11,9	8	6,5	13	1,4
4	9,3	7	4,2	14	1,1
5	8,8	10	3,6	15	0,07

На первые 7 хозяйствующих субъектов приходится 76% рынка. Это дает основание предполагать наличие олигополии.

Для определения ее границы проводится расчет индексов Линда при различных значениях k и i .

$$k = 2, i = 1:$$

$$Q_1 = \frac{15,7}{1} : \frac{(15,7 + 14,5) - 15,7}{2 - 1} = 1,08;$$

$$L_2 = \frac{1}{2(2 - 1)} 1,08 = 0,54.$$

$$k = 3, i = 1:$$

$$Q_1 = \frac{15,7}{1} : \frac{(15,7 + 14,5 + 11,9) - 15,7}{3 - 1} = 1,19;$$

$$k = 3, i = 2:$$

$$Q_2 = \frac{(15,7 + 14,5)}{2} : \frac{(15,7 + 14,5 + 11,9) - (15,7 + 14,5)}{3 - 2} = 1,2;$$

$$L_3 = \frac{1}{3(3 - 1)} (1,19 + 1,27) = 0,41.$$

Проводя расчеты до $k = 10$, получим при максимальных значениях Q_i следующие значения L_k :

$$L_2 = 0,54; \quad L_5 = 0,30; \quad L_8 = 0,208;$$

$$L_3 = 0,41; \quad L_6 = 0,25; \quad L_9 = 0,216;$$

$$L_4 = 0,35; \quad L_7 = 0,225; \quad L_{10} = 0,188.$$

Нарушение непрерывности произошло при $k = 9$. Следовательно, олигополия является «расплывчатой» и ее образуют 8 первых хозяйствующих субъектов.

Взаимозависимость. Каждый продавец имеет существенную долю на рынке, поэтому при изменении цены, качества продукции, объема рекламы одним из продавцов остальные продавцы должны принимать определенные меры к тому, чтобы не ослабить свои позиции на рынке. Это при-

водит к *обострению конкуренции*. Антимонопольное законодательство ограничивает возможности отдельных субъектов хозяйствования и их групп занимать доминирующее положение на рынке.

Совместные действия. При жесткой ценовой конкуренции продавцы стремятся путем соглашения о ценах координировать свои действия, чтобы избежать снижения прибыли или разорения. Конкуренция осуществляется в области качества, рекламы и индивидуализации продукции, а цена определяется как при монополии (коллективная монополия). Антимонопольное законодательство запрещает подобные соглашения групп хозяйствующих субъектов (групп лиц), если в совокупности они по их доле на рынке занимают доминирующее положение.

В зависимости от условий на рынке положение хозяйствующего субъекта может быть признано доминирующим при его доле на рынке немного выше 35% и может быть не признано доминирующим при доле более 65%. Действительно, в условиях олигополии доля на рынке **того** или иного хозяйствующего субъекта не является **определяющим** фактором доступа к рынку новых конкурентов. Таким фактором является степень удовлетворения потребностей, зависящая от уровня и темпов роста спроса на данный вид продукции и от возможностей предложения товара.

Интенсивность конкуренции на различных стадиях жизненного цикла спроса. Уровень и темпы роста спроса изменяются по *жизненному циклу спроса*, возможности предложения — по *жизненным циклам товара и технологии/спроса* (рис. 3.1).

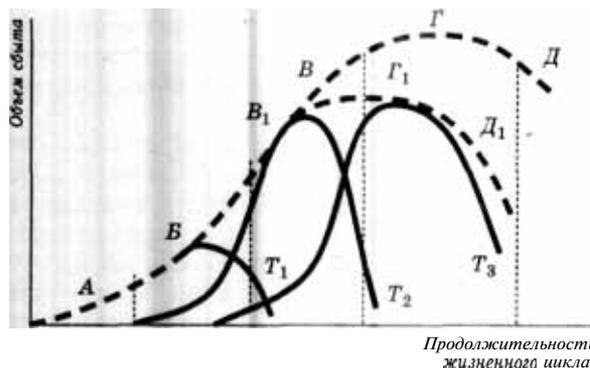
Жизненный цикл спроса можно разделить на несколько стадий, для каждой из которых характерны свои соотношения спроса и возможности предложения.

А — зарождение, когда спрос и предложение быстро растут, конкурирующие предприятия стремятся опередить одно другого в развитии технологии для удовлетворения спроса и захватить лидерство;

Б — ускорение роста, когда спрос растет, опережая предложение;

В — замедление роста, когда появляются первые признаки насыщения спроса и предложение начинает опережать спрос;

Г — прекращение роста, когда насыщение спроса достигнуто и может иметь место затоваривание рынка сбыта



Р и с. 3.1. Жизненный цикл спроса (кривая АБВГД),
технологии/спроса (кривая АВВ₁Г₁Д₁),
товаров (кривые Т₁, Т₂, Т₃)

излишней продукцией или неполное использование производственных мощностей;

Д — затухание, когда имеет место снижение объема спроса (иногда товар совсем не пользуется спросом) вследствие устаревания продукта или уменьшения его потребления.

Если сложившаяся технология способна обеспечить выпуск ряда обновляемых изделий (с жизненными циклами T_1 , T_2), то их качество будет зависеть от организации НИОКР по проектированию новых изделий и необходимой доработки технологии. Однако со временем наступает технологическое устаревание изделия (с жизненным циклом T_3). И сбыт его ограничивается вследствие возросших требований потребителя к качеству. В условиях состязательности предприятие начнет терять потребителя и станет неизбежным переход к новой технологии для удовлетворения возросших требований. Даже если у предприятия нет конкурента, потребитель может отложить спрос до лучших времен, когда появится товар нужного качества.

Возможности предложения товара на рынке каждым предприятием будут зависеть от политики, которую проводит предприятие в результате слежения за циклом спроса.

На стадии *зарождения спроса* задача заключается в том, чтобы своевременно начать освоение выпуска продукции.

На стадии *ускорения роста* необходимо обеспечить увеличение объема выпуска, при этом основное внимание должно быть сосредоточено не столько на разнообразии товара, сколько на уровне его качества и цене, с тем чтобы

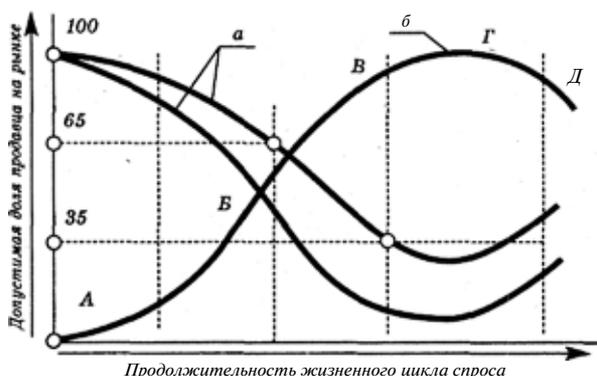
продать товар по самой низкой цене и в соревновании с конкурентами закрепить за собой лидерство на внутреннем рынке.

На стадии *замедления роста* встает задача дифференциации товаров, чтобы поддержать рост спроса на внутреннем рынке, а также поиска внешних рынков сбыта, на которых спрос на данный товар находится в стадии зарождения и роста.

Особое внимание должно быть уделено прогнозированию потребностей: когда стабилизируется спрос на данный товар, когда начнется затухание спроса, спрос на какие товары возникнет вместо спроса на выпускаемые товары. Этот прогноз необходим для принятия решений об объеме выпуска данного товара и переходе на новую технологию для выпуска перспективных товаров. Функция НИОКР не должна сводиться к тиражированию устаревших изделий, необходимо распознавать самые ранние признаки технологического устаревания продукции.

На стадии *стабилизации спроса* следует обновить технологию, чтобы своевременно перейти на выпуск новой продукции и «сегментировать» рынок, то есть установить пропорции выпуска старого и нового товара. *

Допустимая доля продавца на рынке, при которой рынок остается доступным для других конкурентов, зависит от стадии жизненного цикла спроса (*рис. 3.2*).



Р и с. 3.2. Характер изменения допустимой доли предприятия (продавца) на рынке по стадиям жизненного цикла продукции (по критерию доступности рынка для других конкурентов):

а — допустимая доля продавца на рынке (границы области);
б — жизненный цикл спроса

Очевидно, что на начальных стадиях жизненного цикла спроса (*А*, *Б*), когда спрос растет, опережая предложение, нет основания опасаться доминирующего положения того или иного предприятия на рынке, так как доступ другим предприятиям на рынок не затруднен. Следует опасаться другого — дальнейшего отставания предложения от спроса. На стадии *В*, когда предложение начинает опережать спрос, доступ на рынок будет затруднен и возникнет необходимость ограничения доли доминирующего продавца. Это ограничение должно все более усиливаться по мере насыщения спроса. Наиболее жестким оно должно стать на стадии прекращения роста спроса (*Г*). На стадии затухания спроса (*Д*) ограничение доли продавца на рынке теряет смысл, так как предприятия, представленные на рынке данного товара, будут уходить на рынки других товаров.

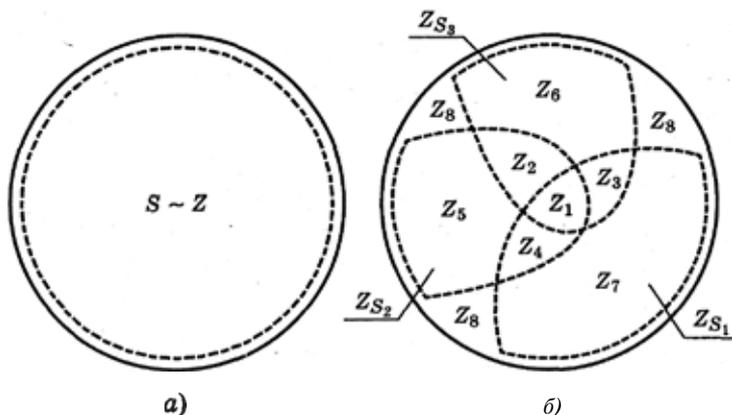
Монополия и монополистическая конкуренция.

При монополии на рынке один продавец имеет дело со многими покупателями и является монополистом. Он вне конкуренции и *может сам определять цену и количество продаваемых товаров*. За покупателем остается решение: каков количество товаров по данной цене он может купить.

Однако монополист не может произвольно повышать цену, так как с повышением цены спрос снижается, и если спрос эластичный (имеются товарозаменители, которые покупатель может приобрести по более низкой цене), то снижается и совокупная выручка. Поэтому монополист, если он хочет продать больше товаров, должен снижать цену.

Монополистическая (несовершенная) конкуренция встречается довольно часто: полиполия на несовершенном рынке, на котором множество продавцов и множество покупателей действуют независимо. На таком рынке предприятия стремятся расширить свою область предпочтения путем расширения ассортимента однородной продукции, индивидуализации своей продукции с помощью товарных знаков, наименований и рекламной кампании. Этими мерами они в ограниченном объеме создают для себя определенное монопольное положение.

Пусть, например, на рынке представлены три предприятия (три подмножества продукции S_1, S_2, S_3), каждое из которых удовлетворяет потребности трех групп потребителей (подмножества $Z_{S_1}, Z_{S_2}, Z_{S_3}$ — рыночные ниши этих предприятий). Отображения подмножеств продукции на множестве потребностей в общем случае будут пересекаю-



Р и с. 3.3. Отношения между множеством потребностей (Z) и множеством продукции (S) на товарном рынке:

а — имеет место монополия; б — имеет место олигополия

щимися (рис. 3.3, б). При этом множество потребностей расчленяется на восемь подмножеств (сегментов рынка):

Z_1 — сегмент, в котором потребности могут быть удовлетворены продукцией каждого из трех предприятий. Если в этом сегменте рынка представлены соответственно все три предприятия, можно говорить об отсутствии (или об ограничении) монополии товаропроизводителей (в этом сегменте). Уход какого-либо предприятия с рассматриваемого рынка лишь на время снизит степень удовлетворения спроса, так как другие предприятия увеличат свои доли на рынке. Очевидно, что данный сегмент включает особо важные потребности, удовлетворению которых отдается приоритет, и все три предприятия конкурируют за свои доли в этом сегменте.

Z_2, Z_3, Z_4 — сегменты, в которых потребности удовлетворяются двумя из трех предприятий. Монопольное положение предприятий — товаропроизводителей здесь ограничено в меньшей степени, чем в сегменте Z_1 . При убытии из этих сегментов рынка одного из предприятий спрос на товары будет удовлетворяться только одним предприятием, которое займет монопольное положение. Можно предполагать, что рассматриваемые сегменты включают важные потребности, приоритет при удовлетворении которых ниже, чем в сегменте Z_1 , и за свои доли в этих сегментах будут состязаться только два предприятия. Интенсивность конкуренции в данных сегментах ниже, чем в сегменте Z_1 .

Z_6, Z_7 — сегменты, в которых потребности удовлетворяются продукцией только одного из трех предприятий. Монопольное положение предприятий — товаропроизводителей в этих сегментах рынка не ограничено. При уходе предприятия с рынка спрос остается неудовлетворенным (образуется свободная ниша). По-видимому, в этих сегментах рынка представлены потребности, удовлетворение которых выгодно лишь для данного предприятия, а другие два предприятия по тем или иным причинам не заинтересованы в завоевании данной ниши рынка. В этих сегментах предприятия ведут себя как монополисты.

Z_8 — подмножество потребностей, которые продукцией указанных предприятий не удовлетворяются. Данный сегмент представляет собой свободную нишу, в которой отсутствует предложение товара. Возможно, это потребности, удовлетворением которых можно пренебречь, или потребности социальных групп с низкими доходами, удовлетворение которых не приносит прибыли предприятиям. Не исключено также, что в этой нише рынка имеют место потребности богатых слоев населения, предъявляющих высокие требования к параметрам качества продукции, обеспечить которые данная группа конкурирующих предприятий не подготовлена.

Таким образом, на одном и том же рынке в различных его сегментах имеют место различная интенсивность конкуренции и различная надежность удовлетворения спроса. *При олигополии чем выше интенсивность конкуренции, тем выше надежность удовлетворения спроса.* Для повышения интенсивности конкуренции, большего ограничения монополизма и заполнения продукцией свободных ниш требуется повысить число подмножеств S_i (расширить ассортимент взаимозаменяемых товаров) и число предприятий, представленных на данном рынке.

Монопольные цены. В условиях монополии и доминирующего положения хозяйствующего субъекта (продавца) последний может навязывать покупателю монополично высокую цену, особенно в случаях, когда спрос неэластичный. Законодательство следующим образом определяет это понятие: *монопольно высокая цена — цена товара, которая устанавливается занимающим доминирующее положение на товарном рынке хозяйствующим субъектом и при которой данный хозяйствующий субъект компенсирует либо может компенсировать необоснованные за-*

траты и (или) получает либо может получить прибыль существенно более высокую, чем это может быть в сопоставимых условиях или условиях конкуренции.

Однако предприниматель может установить монопольно высокую цену не только при плохом, но и при хорошем хозяйствовании в интересах повышения прибыли. Следовательно, было бы более правильно рассматривать понятие монопольно высокой цены в сравнении с ценой аналогичного товара при олигополии: если продавец, занимающий доминирующее положение на рынке, установил цену, существенно превышающую цену на аналогичный товар, реализуемый на других рынках в условиях олигополии, то эта цена является монопольно высокой. Такой же подход предприятия могут использовать для доказательства того, что их цена не является монопольно высокой, так как сопоставима с ценой на аналогичные товары, реализуемые на других рынках в условиях олигополии.

Монопольно низкую цену может установить как хозяйствующий субъект, доминирующий на рынке в качестве покупателя (при монополии или ограниченной монополии продавца), так и продавец (при монополии или ограниченной монополии предложения). В законе это определено следующим образом: **монопольно низкая цена** — *цена приобретаемого товара, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке в качестве покупателя, в целях получения дополнительной прибыли и (или) компенсации необоснованных затрат за счет продавца, или цена товара, сознательно устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке в качестве продавца, на уровне, приносящем убытки от продажи данного товара, результатом установления которой является или может являться ограничение конкуренции посредством вытеснения конкурентов с рынка.*

Эта норма не позволяет однозначно определить, является ли цена, установленная хозяйствующим субъектом, занимающим на рынке доминирующее положение, монопольно низкой. В случае, если он выступает в качестве покупателя, необходимо сопоставление предлагаемой им цены с ценой на аналогичный товар на других рынках в условиях олигополии или, по крайней мере, двусторонней олигополии. В случае, когда он выступает в качестве продавца, предлагаемая им цена может приносить убытки вследствие

высоких издержек из-за плохой организации производства. Является ли эта цена монопольно низкой, обоснованно можно определить путем ее сопоставления с ценой на аналогичный товар на других рынках в условиях олигополии.

Монополистическая деятельность. В соответствии с **антимонопольным** законодательством **монополистическая деятельность** — это противоречащие антимонопольному законодательству *действия* (бездействие) хозяйствующих субъектов, *направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции.*

Положения антимонопольного законодательства, относящиеся к хозяйствующим субъектам, распространяются и на *группу лиц, связанных общими интересами и взаимными обязательствами.* Такой группой признается группа юридических или юридических и физических лиц, применительно к которым выполняется одно или несколько следующих условий (*ст. 4 Закона о конкуренции на товарных рынках*):

◆ лицо или несколько лиц совместно в результате соглашения (согласованных действий) имеют право прямо или косвенно распоряжаться (в том числе на основании договоров купли-продажи, доверительного управления, о совместной деятельности, поручения или иных сделок) более чем 50% от общего количества голосов, приходящихся на голосующие акции либо составляющие уставный (складочный) капитал вклады, доли одного юридического лица. Под косвенным распоряжением голосами юридического лица понимается возможность фактического распоряжения ими через третьих лиц, по отношению к которым первое лицо обладает вышеперечисленным правом или полномочием;

◆ лицо или несколько лиц получили возможность на основании договора или иным образом определять решения, принимаемые другим лицом (лицами), в том числе определять условия ведения другим лицом (лицами) предпринимательской деятельности, либо осуществлять полномочия исполнительного органа другого лица (лиц) на основании договора;

◆ лицо имеет право назначать единоличный исполнительный орган и (или) более 50% состава коллегиального исполнительного органа юридического лица, и (или) по предложению лица избрано более 50% состава совета директоров (наблюдательного совета) или иного коллегиального органа управления юридического лица;

❖ физическое лицо осуществляет полномочия единоличного исполнительного органа юридического лица;

❖ одни и те же физические лица, их супруги, родители, дети, братья, сестры и (или) лица, предложенные одним и тем же **юридическим** лицом, составляют более 50% состава коллегиального исполнительного органа и (или) совета директоров (наблюдательного совета) или иного коллегиального органа управления двух и более юридических лиц избрано более 50% состава совета директоров (наблюдательного совета) или иного коллегиального органа управления двух и более юридических лиц;

❖ физическое лицо, исполняющее трудовые обязанности в юридическом лице или во входящих в одну группу лиц юридических лицах, одновременно является единоличным исполнительным органом другого юридического лица либо физические лица, исполняющие трудовые обязанности в юридическом лице или во входящих в одну группу лиц юридических лицах, составляют более чем 50% состава коллегиального исполнительного органа и совета директоров (наблюдательного совета) или иного коллегиального органа управления другого юридического лица;

❖ одни и те же физические лица, их супруги, родители, дети, братья, сестры и (или) юридические лица имеют право самостоятельно или через представителей (поверенных) распоряжаться в сумме более чем 50% голосов, принадлежащих на голосующие акции (вклады, доли), составляющие уставный (складочный) капитал каждого из двух и более юридических лиц;

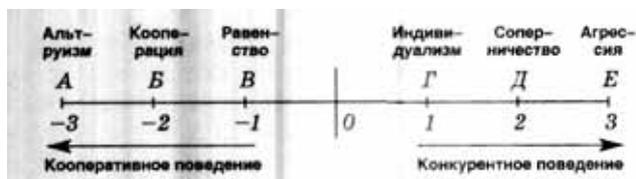
❖ физические и (или) юридические лица имеют право самостоятельно или через представителей (поверенных) распоряжаться в сумме более чем 50% голосов, принадлежащих на акции (вклады, доли), составляющие уставный (складочный) капитал одного юридического лица, и одновременно данные физические лица, их супруги, родители, дети, братья, сестры и (или) лица, предложенные одним и тем же юридическим лицом, составляют более 50% состава коллегиального исполнительного органа и (или) совета директоров (наблюдательного совета) или иного коллегиального органа управления другого юридического лица;

❖ юридические лица являются участниками одной финансово-промышленной группы;

◇ физические лица являются супругами, родителями и детьми, братьями и (или) сестрами;

◇ аффилированные лица, то есть физические и юридические лица, способные оказывать влияние на деятельность юридических и (или) физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность.

Мотивационный подход к конкуренции. Для понимания истоков конкуренции обратимся к *мотивам конкуренции и кооперации* соперничающих (сотрудничающих) сторон. В основу мотивационного подхода к конкуренции и кооперации положена *идея противоборства несовместимых намерений и целей*, направляющих поведение участников межличностного взаимодействия. Стратегии участников взаимодействия могут быть настолько тесно связаны, что наряду со стремлением к конкуренции имеют место и разнообразные ситуации сотрудничества. Можно выделить ряд мотивов такого поведения:



- А — максимизация выигрыша другого (альтруизм);
- Б — максимизация общего выигрыша (кооперация);
- В — минимизация различий между собственным и чужим выигрышем (равенство);
- Г — максимизация собственного выигрыша (индивидуализм);
- Д — максимизация относительного выигрыша (соперничество);
- Е — минимизация выигрыша другого (агрессия).

Каждая модификация мотивов отражает определенный уровень кооперативности или конкурентности поведения предприятия. Если принять альтруизм (А) в качестве характеристики высшей меры кооперативного поведения, а агрессию (Е) — в качестве характеристики высшей меры конкурентного поведения, то можно предложить следующую шкалу кооперативности и конкурентности поведения:

Многообразие группового и межличностного поведения позволяет предполагать непрерывность шкалы социальных мотивов: индивидуализм по мере его усиления все более и

более приобретает черты соперничества, соперничество по мере его усиления — черты агрессии. Точно так же мотив равенства содержит в себе черты кооперации, кооперация — черты альтруизма. Если предприятие руководствуется в первую очередь мотивом соперничества, во вторую очередь — мотивом агрессии, то его поведение будет ближе к соперничеству. Если же оно руководствуется в первую очередь мотивом агрессии, во вторую очередь — мотивом соперничества, то его поведение будет ближе к агрессии.

На товарном рынке те или иные *мотивы конкуренции и кооперации* проявляются *в зависимости от формы рынка*. В условиях полиполии (совершенный рынок) хозяйствующие субъекты, представленные на рынке, в большей степени руководствуются мотивами равенства и кооперации, в условиях олигополии — мотивами индивидуализма и соперничества. Чем больше полиполия переходит в олигополию, тем в большей степени мотив равенства заменяется мотивом индивидуализма. Чем ближе олигополия к монополии, тем сильнее мотив соперничества. С усилением мотива соперничества зарождается недобросовестная конкуренция, ведущая по мере своего усиления к агрессии.

Рефлексивное взаимодействие. Для конкурирующих сторон характерно *рефлексивное взаимодействие*, логика которого основана на том факте, что конфликтующие стороны воспроизводят рассуждения друг друга. Основными объектами этих рассуждений являются реальный плацдарм конфликта (вектор параметров); плацдарм, как его представляет одна из сторон; плацдарм, как его понимает одна из сторон *по мнению другой стороны* (первый уровень рефлексии); плацдарм, как его понимает *одна из сторон по мнению другой стороны, как думает первая сторона* (второй уровень рефлексии), и т. д.

Если первая сторона видит только реальный плацдарм, а вторая сторона, кроме этого, видит отображение плацдарма конкурентом (цель, которая есть у соперника, и стратегию соперника в достижении этой цели), то вторая сторона имеет *возможность осуществлять рефлексивное управление деятельностью конкурента, передавать ему основания, из которых тот мог бы логически вывести свое, но predeterminedное другой стороной решение*. Кроме того, *вторая сторона может корректировать свои действия: изменить плацдарм или цель (уйти от конкуренции) или выбрать иную стратегию*.

Сторона, имеющая более высокую рефлексию, находится в преимущественном положении и при равенстве научно-технических потенциалов сторон имеет большие шансы на успех. Поэтому в условиях конкуренции, если одна из сторон идет на рефлексивное управление действиями соперника, другая сторона вынуждена принимать меры защиты (соблюдать тайну коммерческой и научно-технической информации, проводить экспертизу поступающей информации) и осуществлять ответное рефлексивное воздействие. Последнее может иметь активный или защитный характер. В первом случае защищающаяся сторона действует так же, как соперник: передает ему ложную, но выгодную для себя информацию о плацдарме, рассчитывая, что она будет воспринята как основание для принятия технико-экономических и инженерных решений (рефлексивное управление). Во втором случае защищающаяся сторона передает ложную информацию о своем видении рефлексивного воздействия со стороны соперника, рассчитывая, что эта информация явится основанием для принятия соперником ошибочных решений по рефлексивному воздействию (контррефлексивное управление).

Если соперники имеют равную степень рефлексии, то обе стороны осуществляют либо рефлексивное, либо комплексное (рефлексивное и контррефлексивное) управление. Выбор типа рефлексивного взаимодействия зависит от мотивов поведения, которыми руководствуются стороны, и их подготовленности к воздействию на соперника. В свою очередь, степень рефлексии влияет на выбор тех или иных мотивов конкурентного поведения (равенство, соперничество, агрессия): чем выше степень рефлексии (более развита разведка и система дезинформации соперника), тем больше оснований для усиления степени конкурентности поведения. При таких допущениях каждому мотиву конкурентного поведения разработчиков новшеств будет соответствовать определенный тип рефлексивного воздействия (*табл. 3.2*). Как видно из *табл. 3.2*, усиление степени рефлексии способствует повышению шансов на успех и может в известной степени компенсировать отставание в научно-техническом потенциале той или иной стороны или усилить превосходство одной из сторон при равенстве потенциалов.

В условиях рыночной экономики имеются широкие возможности рефлексивного воздействия субъекта на своих конкурентов. Например, банк, тесно связанный с деятель-

Т а б л и ц а 3.2. Характер рефлексивного взаимодействия и шансы на успех сторон при различных мотивах конкурентного поведения

Характер воздействия и шансы на успех	Мотивация поведения сторон				
	X	Равенство	Соперничество	Соперничество	Агрессия
	У	Соперничество	Соперничество	Агрессия	Агрессия
1. Характер рефлексивного воздействия:					
а) пренебрежение рефлексивным взаимодействием	X				
б) рефлексивное управление	У	У и X	X и У	X и У	X и У
в) контррефлексивное управление				У	X и У
2. Шансы на успех при производственном и научно-техническом потенциале X:					
а) выше, чем потенциал У	У имеет шансы на успех	Шансы X выше	У имеет шансы на успех	Шансы X выше	Шансы X выше
б) равном потенциалу У	Шансы У выше	Шансы равные	Шансы У выше	Шансы равные	Шансы равные
в) ниже, чем потенциал У	Шансы У существенно выше	Шансы У выше	Шансы У существенно выше	Шансы У выше	Шансы У выше

ностью субъекта X, может предоставить льготные кредиты для У в целях поощрения его деятельности по направлению, желательному для X. Но и У в этом случае может стремиться создать у X желательное для У представление о своей деятельности, например, путем утечки информации о заключении У с третьей стороной договора о намерениях, которая дезинформировала бы X. Возможности рефлексивного воздействия на конкурента могут быть наиболее легко реализованы в том случае, когда одна из сторон (например, зарубежный партнер) имеет большой опыт конкурентной борьбы, а другая сторона такого опыта не имеет.

Использование правовых методов преодоления агрессии конкурента, проявляющейся в форме рефлексивного воз-

действия, затруднено, поскольку это воздействие имеет косвенный и скрытый характер. Предприятия для защиты от такого воздействия должны принимать меры по соблюдению *коммерческой тайны* в части выбранной ими *стратегии научно-технического развития, стратегических планов роста и конверсии деятельности, выбора позиций в конкуренции на различных рынках*. Еще одной обязательной мерой защиты от ложной информации является тщательный анализ внешней информации, используемой при принятии решений стратегического характера с тем, чтобы отсеять возможную дезинформацию.

Вместе с тем следует иметь в виду, что коммерческая тайна на техническое новшество снижает темпы научно-технического развития (темпы распространения новшеств), а это может иметь неблагоприятные последствия для народного хозяйства.

Законы конкуренции в социально-ориентированной рыночной экономике. Опыт стран с развитой рыночной экономикой показал, что свободная, предоставленная сама себе рыночная экономика не имеет социальной направленности и нестабильна. Поэтому в области конкуренции государство должно осуществлять политику поддержки конкурентной борьбы, способствующую повышению эффективности общественного производства и его' социальной направленности.

Конкуренция представляет собой динамичный процесс обеспечения рынка качественными товарами. *Основным движущим фактором конкуренции является предпринимательство*. Предприниматель реагирует на изменения на рынке, стремясь укрепить свои позиции. *Средствами конкурентной борьбы* выступают в первую очередь качество изделий, цена, затраты потребителя на обслуживание в процессе потребления, сервисное обслуживание, ассортимент изделий, условия поставок и платежей, информация через рекламу, соблюдение прав потребителей.

Конкурентная борьба сопровождается нововведениями в продукцию и технологию, вплоть до внедрения принципиально новых, преобразующих рынок видов продукции.

Функциями конкуренции являются:

✧ **регулирование производства:** под влиянием конкуренции факторы производства и инвестиции направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность;

∇ мотивообразование предпринимательского поведения: конкурируя, каждое предприятие предлагает на рынок свои лучшие изделия, думая прежде всего о собственной выгоде, но тем самым приносит также больше пользы своим потребителям и народному хозяйству в целом. Таким образом, *субъективная цель предпринимателя — получить больше прибыли* — трансформируется в *объективную цель производства — более полно удовлетворить потребность*;

◇ распределение дохода среди товаропроизводителей: конкуренция позволяет распределять доход среди предприятий в соответствии с их вкладом в удовлетворение спроса;

◇ контроль поведения участников рынка: конкуренция ограничивает поведение каждого продавца и его экономическую силу, не давая ему возможности определяющим образом влиять на общее состояние рынка.

Руководящий принцип конкурентной политики государства. Опыт стран с развитой рыночной экономикой показал, что политика защиты совершенной конкуренции на практике себя не оправдывает. Более целесообразно руководствоваться принципом оптимальной интенсивности конкуренции.

Этот принцип предполагает:

◇ оптимальные радикальность и темпы нововведений в продукцию и технологию в зависимости от глубины изменений на рынке;



Р и с. 3.4. Влияние темпов диффузии нововведения предприятия-лидера на его прибыль и интенсивность конкуренции:

- — — — — прибыль предприятия-лидера;
- — — — — темпы диффузии нововведения;
- — — — — повышение интенсивности конкуренции (от ситуации 1 к ситуации 2)

❖ гибкую адаптацию предприятий к меняющимся условиям рынка под влиянием конкуренции.

Интенсивность конкуренции определяется тем, насколько быстро предприятия воспроизводят или «переизобретают» нововведения предприятия-лидера и как скоро под влиянием распространения нововведений лидер теряет преимущество в прибыли (рис. 3.4). Повышение темпов «диффузии» (воспроизводства) нововведений приводит к ускорению выравнивания прибылей и свидетельствует о повышении интенсивности конкуренции.

§ 3.2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ

§ 3.2.1. Взаимозаменяемость количества и качества продукции в удовлетворении потребностей

Количество продукции и ее качество лишь в совокупности определяют возможности удовлетворения потребностей. Для каждого конкретного вида продукции важно знать, насколько взаимосвязаны эти показатели, при улучшении каких свойств продукции удовлетворение одних и тех же потребностей достигается меньшим ее количеством? Например, очевидно, что при повышении износостойкости тканей может быть существенно увеличена продолжительность использования изделий из них и, следовательно, уменьшено потребное количество этих изделий. И наоборот. То же самое имеет место при улучшении (или ухудшении) показателей надежности любого технического изделия.

Рассмотрим зависимость потребного количества изделий от их качества. Единичное изделие способно удовлетворить определенные потребности. Степень удовлетворения будет зависеть от уровня качества изделия K ; n изделий удовлетворят потребность $Q = nK$. Здесь Q — количественная мера удовлетворения потребностей.

Количество продукции n , нужное для удовлетворения заданной потребности Q_3 , будет зависеть от ее качества: $n = Q_3/K$, то есть чем выше качество продукции, тем меньше ее требуется изготовить для удовлетворения заданной потребности.

Объем потребностей является величиной динамичной и неустойчивой. Потребности, например, в одежде, обуви,

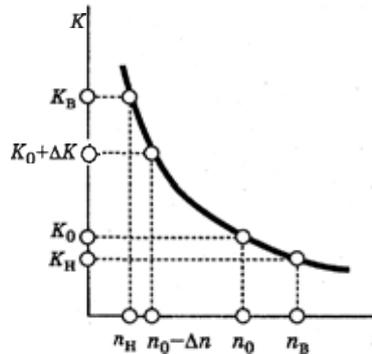
других изделиях легкой промышленности могут меняться под влиянием изменения благосостояния групп населения, изменения цен на продукцию, появления новых видов потребностей и т. д. В соответствии с этим будет изменяться спрос. Рост качества продукции, удовлетворяющей данную потребность, будет оказывать влияние в сторону уменьшения количества потребной продукции.

Рассматриваемая зависимость характерна не для всех видов продукции, но для весьма большой ее части, в основном для такой продукции, главными свойствами которой являются: производительность (например, производительность ткацкого станка), долговечность (например, износ и соответствие моде одежды и обуви), прочность (например, прочность тканей при растяжении), устойчивость (например, удлинение ткани при растяжении, устойчивость формы одежды) и т. д.

При заданном объеме удовлетворяемых потребностей уравнение $nK = Q_3$ представляет собой гиперболу (рис. 3.5).

Взаимозаменяемость количества и качества в удовлетворении потребностей, изменяющаяся по гиперболе, может иметь место только в некоторых границах значений n и K . Может существовать нижняя граница потребного количества n_H , ниже которой уменьшение количества нельзя компенсировать повышением качества. Это граница определяется, в частности, количеством потребителей. Может существовать верхняя граница n_B , выше которой наступает насыщение потребностей и потребное количество изделий с дальнейшим снижением качества не только не увеличивается, но, наоборот, уменьшается.

Нижняя граница качества K_H означает, что ниже ее продукция не имеет устойчивого спроса и снижение качества не компенсируется увеличением количества. Может существовать и верхняя граница K_B , выше которой улуч-



Р и с. 3.5. Гипербола эквивалентного объема удовлетворяемых потребностей

шение качества не компенсирует уменьшение количества. Например, продукция не имеет устойчивого платежеспособного спроса из-за высокой цены.

Из уравнения гиперболы легко получить соотношение $\Delta K/K \cong \Delta n/n$, которое означает, что в области взаимозаменяемости количества и качества, повысив значение комплексного показателя K на $m\%$, можно для удовлетворения одной и той же потребности уменьшить количество выпускаемой продукции также на $m\%$.

Увеличение объема удовлетворяемой потребности можно достичь путем или увеличения количества продукции, или **повышения** качества продукции, или благодаря тому и другому.

Из уравнения гиперболы можно сделать вывод о том, что при увеличении потребности на величину $q = Q_1/Q_0$ будет справедливо соотношение

$$\Delta n/n_0 \cong (q - 1) - \Delta K/K_0.$$

Пример. Необходимо повысить объем удовлетворяемых потребностей на 20% ($q = 1,2$). Имеется возможность повысить уровень качества продукции на 15% ($\Delta K/K_0 = 0,15$). Потребное увеличение количества выпускаемой продукции

$$\Delta n/n_0 = (1,2 - 1,0) - 0,15 = 0,05,$$

то есть количество выпускаемой продукции потребует увеличить лишь на 5%.

Если повышение объема удовлетворяемых потребностей достигается в результате только увеличения количества продукции или только повышения качества продукции, то

$$\Delta Q/Q_0 = \Delta K/K_0 = \Delta n/n_0.$$

В рассмотренном примере для удовлетворения потребностей пришлось бы увеличить на 20% количество продукции или на эту же величину повысить уровень качества.

При анализе взаимозаменяемости количества и качества необходимо оценить область, в которой количество и качество взаимозаменяемы, а также определить свойства **продукции**, их параметры, которые характеризуют взаимозаменяемость количества и качества. Для многих товаров в легкой промышленности, например, такими свойствами могут явиться долговечность, восстанавливаемость и обновляемость, универсальность назначения (комбинируемость), прогрессивность эстетических свойств.

§ 3.2.2. Конкурентоспособность товара

Конкурентоспособность товара — это *степень его превосходства, с точки зрения потребителей, над другими товарами аналогичного назначения*. Достижение превосходства по уровню качества продукции необязательно требует превосходства по каждому частному показателю. В каждом виде продукции можно выделить показатели, по которым потребитель судит о качестве изделия в первую очередь. Для одних и тех же видов продукции эти показатели могут быть различными для различных групп потребителей. Например, для одежды и обуви эти группы различаются по поло-возрастным признакам, характеру занятости, культурно-образовательному уровню, уровню доходов. Так, для женщин зрелого и юного возраста определяющими в оценке уровня качества часто являются художественно-эстетические показатели, а для пожилых людей — гигиеничность, комфорт и надежность; потребителей с малыми доходами больше интересует надежность, а с большими доходами — изысканность модели и т. д.

Конкурентоспособность товара может быть оценена прямыми и косвенными методами. При прямом методе потребитель сопоставляет полезность товаров (степень удовлетворения конкретной потребности) на единицу своих затрат на приобретение и использование товара. В этом случае конкурентоспособность оценивается индексом качество/затраты:

$$I = \frac{K/z}{K_0/z_0} = \frac{K}{K_0} \cdot \frac{z_0}{z}$$

где K , K_0 — комплексные показатели качества двух конкурирующих товаров (данного и базового, с которым ведется сравнение); z , z_0 — затраты на приобретение и использование этих товаров.

Если $I_{K/z} > 0$, то данный товар более конкурентоспособен, чем базовый. При $I_{K/z} = 1,0$ товары равноценны по своей конкурентоспособности. При $I_{K/z} < 1,0$ данный товар уступает по конкурентоспособности базовому товару. Величина $(I_{K/z} - 1)$ указывает на степень превосходства товара.

Затраты на приобретение и использование товара включают его цену, а также затраты на эксплуатацию ($z_э$), профилактическое обслуживание ($z_{пр}$), ремонт (z_p) и утилизацию (z_u):

$$Z = Ц + Z_a + Z_{np} + Z_p + Z_y .$$

Можно дешево купить товар и разориться на расходах при использовании или последующей утилизации.

Оценка конкурентоспособности товара с помощью индекса $I_{K/Z}$ не означает, что качество и затраты взаимозаменяемы, так как речь идет о товарах, сопоставимых по их качеству. Если конкурируют товары с равным уровнем затрат ($Z = Z_g$) или для покупателя важнее сопоставление товаров по качеству, то их конкурентоспособность может быть оценена индексом качества I_K :

$$I_K = \frac{K}{K_6} .$$

Если конкурируют товары с одинаковым качеством, то их конкурентоспособность оценивается индексом затрат I_Z :

$$I_Z = \frac{Z}{Z_6} .$$

В этом случае речь идет о ценовой конкурентоспособности товара. Если $I_Z < 1,0$ — данный товар более конкурентоспособен, чем базовый. Величина $(1 - I_Z)$ показывает степень превосходства товара.

Таким образом,

$$I_{K/Z} = \frac{I_K}{I_Z} .$$

В связи с трудностями исчисления значений комплексных показателей качества K и K_6 для определения индекса качества используются методы квалиметрии. Один из методов позволяет рассчитывать индексы единичных показателей качества сопоставляемых товаров P_i/P_{i6} и их средневзвешенную величину

$$I_K = \sum_{i=1}^q \alpha_i \frac{P_i}{P_{i6}} ,$$

где α_i — коэффициент значимости i -го показателя качества в оценке качества товара; q — число учитываемых показателей;

$$\sum_{i=1}^q \alpha_i = 1,0 .$$

Массовый покупатель не рассчитывает индексов конкурентоспособности, сравнивая товары по нескольким параметрам потребительского качества и (или) техническому уровню, а также цене. Кроме того, он пользуется такими косвенными методами оценки качества товара, как:

- ❖ известность торговой марки или наименование компании, зарекомендовавшей себя высоким качеством товаров;
- ❖ широкое распространение товара данной фирмы (доля на рынке): большой объем продаж свидетельствует о признании этого товара потребителем;
- ❖ информационная открытость продавца: чем более полно он информирует покупателя о свойствах товара, тем больше уверенность в высоком качестве товара;
- ❖ длительность гарантийного срока и простота обмена товара с недостатками: чем выше гарантийный срок и проще процедура обмена, тем больше уверенность, что фирма выпускает высококачественный товар и не опасается излишних затрат на гарантийное обслуживание и обмен товаров.

Конкурентоспособность предприятия-товаропроизводителя оценивается индексом конкурентоспособности товарной массы I_m и индексом относительной эффективности производства в определенном интервале времени I_e . Индекс конкурентоспособности предприятия равен: $I = I_m I_e$

Описание этих индексов дается в § 3.4.7.

§ 3.2.3. Влияние инновационной активности на конкурентоспособность

Конкуренция между товаропроизводителями начинается задолго до того, как продукт поступит на рынок, — на стадии исследования и опытно-конструкторских разработок нового продукта и новой технологии его изготовления.

При этом имеют место две характерные задачи развития продукта:

- ❖ *прямая задача развития*, направленная на создание продукции для удовлетворения назревших или прогнозируемых потребностей общества. Данная задача решается по схеме: изучение (прогнозирование) потребностей (обоснование требований к параметрам качества продукта) → научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки вариантов новой продукции → технологическая подго-

товка производства → изготовление конкурентоспособных вариантов новой продукции → удовлетворение потребностей. Прямая задача свойственна индустриальной эпохе;

❖ *обратная задача развития*, направленная на разработку принципиально новой технологии производства новой продукции, потребность в которой лишь предвидится. Эта задача решается по схеме: исследования и опытно-конструкторские разработки новой технологии → исследования и опытно-конструкторские разработки вариантов новой продукции → выявление возможных потребителей новой продукции → изготовление опытных партий → привитие потребностей в новой продукции. Данная задача свойственна постиндустриальной эпохе, то есть эпохе, характеризующейся высоким уровнем удовлетворения потребностей (насыщением спроса) и наличием возможностей создания принципиально новых технологий, позволяющих производить принципиально новую продукцию, возобновить (или сформировать заново) спрос и занять лидирующее положение на рынке.

Результаты решения той или иной задачи развития являются решающим фактором успеха в конкуренции на рынке.

Особенность конкуренции на стадии исследования и опытно-конструкторских разработок заключается в том, что разработчик новшества может руководствоваться различными мотивами успеха:

- ❖ равенства с конкурентом в достижении выгоды;
- ❖ максимизации собственного выигрыша;
- ❖ максимизации относительного выигрыша.

При создании сложных систем продукции разработчик может варьировать этими мотивами применительно к разработке отдельных элементов системы. Многие зарубежные фирмы при создании такой продукции отдают предпочтение мотивам кооперации.

Все эти виды мотивов относятся к области добросовестной конкуренции. Приоритетность того или иного мотива для каждой из состязающихся сторон определяется, как правило, соотношением их научно-технических потенциалов.

Недобросовестная конкуренция разработчиков имеет место, когда одна или обе стороны придерживаются мотива агрессии, преследующего цель минимизации выигрыша соперника. Наиболее опасной по своим последствиям и наиболее скрытой формой агрессии является рефлексивное

воздействие, при котором конкуренту прививаются ложные основания для выбора: рынка, вида перспективной продукции, стратегии развития и принимаемых решений. В настоящее время агрессия в конкуренции еще не стала объектом антимонопольного законодательства.

Эффект инновационной деятельности предприятия с точки зрения его конкурентоспособности имеет три составляющие:

- ◆ повышение конкурентоспособности товара, создающее конкурентные преимущества на ближайшую и среднесрочную перспективу;

- ◆ привитие новых потребностей, создающее конкурентные преимущества на отдаленную перспективу;

- ◆ повышение эффективности производства, трансформирующее конкурентоспособность товарной массы в конкурентоспособность предприятия.

Техническое совершенство товаров и, следовательно, их конкурентоспособность определяются степенью использования в производимой продукции передовых научно-технических решений — результатов *интеллектуальной деятельности разработчиков* новой техники. Зачастую, а на внешнем рынке в преобладающей степени, в качестве конкурентоспособного российского товара выступает непосредственно результат интеллектуальной деятельности, то есть неовещественный продукт. Если же речь идет о воплощенных в образец результатах, определяющим в оценке конкурентоспособности является степень использования в изделии новых прогрессивных научно-технических решений.

В обоснованных случаях разработчики оставляют итоги своей деятельности в тайне, тем самым придавая им *статус деловых секретов* («ноу-хау»). Товар, в котором реализовано «ноу-хау», сохраняет конкурентоспособное преимущество до тех пор, пока сберегается конфиденциальность использованного в нем «ноу-хау». Товаропроизводители, заинтересованные в приобретении этих «ноу-хау» для повышения конкурентоспособности своей продукции, либо заключают соглашения с владельцем «ноу-хау» о возможности их использования, либо пытаются приобрести конфиденциальную информацию неправомерными средствами. Нормы регулирования правоотношений по поводу «ноу-хау» в российском законодательстве в настоящее время отсутствуют.

В отличие от «ноу-хау», то есть конфиденциальной и не получившей правовой охраны информации, в случае *патентной охраны*, истребование, получение и сохранение которой связано с затратами (порой значительными), государство соответствующей страны, где выдан патент и на территории которой он действует, гарантирует исключительные права патентообладателя на это решение. Так, если в стране реализации товара действует патент на решения, использованные в товаре, это *подтверждает их новизну, наличие у патентовладельцев исключительных прав* на использование запатентованных решений, *позволяет повысить цену на товар*, особенно если это решение относится к принципиальной схеме изделия, его основным конструктивным решениям и влияет на достижение положительного эффекта от использования товара.

Вопрос о правовой (патентной) защищенности товара можно считать *одним из определяющих при заключении контрактов на поставку или лицензионных соглашений*. Учитывая, что правовая охрана (особенно за рубежом) — это дорогостоящая операция, товаропроизводителю необходимо принимать во внимание сущность подлежащего патентованию решения и его значимость в товаре, круг стран патентования, перспективу реализации товара, в частности объем и сроки продаж товара, а также расходы, связанные с подачей заявок, получением и поддержанием патентов в силе. Большое значение имеет *выбор оптимальной процедуры патентования* (традиционная, с использованием систем Евразийского патента, Договора о патентной кооперации (РСТ), Европейского патента и т. д.).

Немаловажным фактором, определяющим конкурентоспособность товара, является его *патентная чистота*. Отсутствие патентной чистоты изделия, то есть наличие действующих «чужих» патентов, использованных в изделии, не только способно *снизить конкурентоспособность товара*, лишить возможности поставлять его на рынок, где действуют «чужие» мешающие патенты, но и чревато последствиями (конфискация товаров, значительные материальный и моральный ущерб и т. д.).

Если обойти мешающий патент невозможно, *нужно проработать вопрос о его покупке, получении лицензии* на использование, *обмене лицензиями* (перекрестном лицензировании) и т. д. В любом случае перед поставкой изделия необходимо проверить его патентную чистоту в отношении

стран поставки. Следует отметить, что экспертиза на патентную чистоту — достаточно трудоемкая и дорогостоящая операция.

На конкурентоспособность изделий существенно влияют их внешнее оформление, дизайнерская проработка, соответствие эргономическим требованиям. Новизна и оригинальность художественно-конструкторского решения подтверждаются охранным документом (регистрацией) в качестве **промышленного образца**. Изделия, обеспеченные правовой охраной в качестве промышленного образца, *более конкурентоспособны и реализуются, как правило, по более высокой цене.*

Определенная роль в повышении конкурентоспособности товаров отводится **товарным знакам** (знакам обслуживания). Товарные знаки, **зарегистрированные** за определенными производителями определенных товаров, зачастую *ориентируют потребителя на приобретение товаров именно этого производителя*, если он уже удачно зарекомендовал себя на рынке аналогичной продукции. В этой связи заслуживает внимания регистрация договоров коммерческой реализации (франшизы), осуществляемая Роспатентом, которая подтверждает *значимость фирменного наименования и товарного знака* (знака обслуживания) товаропроизводителя, если его продукция конкурентоспособна на рынке.

В 1992 году в России введена *правовая охрана наименований мест происхождения товаров*. Если качество и конкурентоспособность товара главным образом определяются использованием сырья, материалов, компонентов, ингредиентов из определенного географического региона, традициями производства в регионе и этот товар зарекомендовал себя как качественный и конкурентоспособный (например, вологодское масло), *снабжение продукции наименованием места происхождения, получившим соответствующую регистрацию, может способствовать повышению конкурентоспособности товара.*

Формированию конкурентных преимуществ товаропроизводителей способствует также информация о количестве патентов, принадлежащих фирме на решения, используемые в ее продукции, количестве проданных и приобретенных лицензий, объемах продаж, в том числе экспортных, и т. д.

Технология, используемая производителем, влияет на качество товара и его себестоимость. Если технология из-

готовления товара является новой, полезной и эффективной, она также подлежит правовой защите (например, *патентом на способ изготовления*), что, естественно, повышает конкурентоспособность изготовленного по этой технологии товара. Выбор технологии товара влияет, в первую очередь, на его себестоимость, и здесь уже определяющими становятся экономические параметры и их учет в оценке конкурентоспособности.

В аспекте инновационной деятельности можно выделить две категории производителей:

❖ производителей интеллектуального продукта, в частности НИИ, КБ, индивидуальных изобретателей и других авторов;

❖ производителей овеществленной продукции (заводы, опытные производства, внедренческие фирмы и другие производства), использующих (иногда создающих и использующих) интеллектуальный продукт.

Инновационная активность первой группы товаропроизводителей характеризуется в основном количеством и качеством созданных инноваций, а также количеством и качеством использованных чужих научно-технических результатов. Как показывает анализ практики зарубежного патентования отечественных научно-технических результатов, *преобладающая их часть обеспечивается патентной охраной с целью эффективной продажи лицензий на эти результаты*, а не защиты экспорта отечественной материализованной продукции в силу отсутствия возможности освоить результат в производстве. В этих условиях плоды интеллектуальной деятельности НИИ, КБ, отдельных ученых, исследователей и разработчиков становятся товаром.

Для второй группы товаропроизводителей определяющим в оценке их инновационной активности является не столько создание, сколько использование в овеществленной ориентированной на рынок продукции новых и передовых научно-технических результатов. Одной из наиболее активных легальных возможностей повышения конкурентоспособности отечественной продукции (в первую очередь машинно-технической) *становится освоение конкурентоспособных результатов НИОКР на основе заключения лицензионных соглашений и соглашений об уступке права на охраняемый документ* (например, патент).

Возможность использования товаропроизводителями получивших охрану на территории России решений кардиналь-

но изменилась с принятием в 1992 году нового Патентного закона. Предприятие, заинтересованное в коммерческом использовании запатентованного решения, обязано заключить с патентообладателем соответствующее соглашение.

§ 3.3. ОГРАНИЧЕНИЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

§ 3.3.1. Определение доминирующего положения предприятия на товарном рынке

Монополистическая деятельность предприятия, занимающего доминирующее положение на рынке определенного товара, проявляется, прежде всего, в злоупотреблении своим доминирующим положением.

Доминирующее положение — это исключительное положение хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара, дающее ему возможность оказывать решающее влияние на процесс конкуренции, затруднять доступ на рынок товара (работ, услуг) другим хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их хозяйственной и предпринимательской деятельности.

Под злоупотреблением доминирующим положением понимаются все формы использования хозяйствующим субъектом или группой хозяйствующих субъектов, контролирующих имущество друг друга, доминирующего положения, ограничивающие конкуренцию и/или ущемляющие интересы других хозяйствующих субъектов или граждан.

Удерживание доминирующего положения само по себе не является антиконкурентным.

Здесь проявляется один из главных парадоксов рыночной экономики: с одной стороны, конкуренция побуждает товаропроизводителей интегрироваться в крупные структуры (корпорации, компании, объединения), концентрируя тем самым капитал для ускорения темпов развития производства, повышения его эффективности и повышения конкурентоспособности компании в целом; с другой стороны, именно крупные производственно-хозяйственные структуры объективно способны занять доминирующее положение на рынке, так или иначе ограничивающее интенсивность конкуренции и снижающее тем самым эффективность этого основного механизма рыночной экономики.

Основополагающим критерием для установления наличия доминирующего положения хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара является *доля товарного рынка*, принадлежащая хозяйствующему субъекту.

Антимонопольные органы признают (квалифицируют) положение хозяйствующего субъекта, *доля которого на рынке определенного товара составляет 65% и более, как доминирующее*, за исключением тех случаев, когда хозяйствующий субъект докажет, что, несмотря на превышение этой величины, его положение на рынке не является доминирующим. *Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара не превышает 35%.*

Положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара находится внутри пределов 35—65%, квалифицируется государственными антимонопольными органами как доминирующее, если оно доказано ими с учетом дополнительных параметров, характеризующих товарный рынок и подтверждающих возможность действий хозяйствующего субъекта, в основном независимо от конкурентов.

Доля товарного рынка, находящаяся внутри пределов 35—65%, принадлежащая в данный момент времени хозяйствующему субъекту, сама по себе *не может служить достаточным условием для признания наличия доминирующего положения*. Установленный Законом о конкуренции на товарных рынках нижний предел доли товарного рынка в 35 процентов служит ситом для отсеивания хозяйствующих субъектов с меньшими долями, которые не могут быть доминирующими, и выявления хозяйствующих субъектов с большими долями рынка, которые могут стать предметом дальнейшего анализа.

При оценке рыночной структуры *для квалификации в качестве доминирующего положения хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара находится внутри пределов 35–65% включительно, учитываются:*

- ◆ количество фактических конкурентов и относительный размер долей рынка, принадлежащих ближайшим конкурентам;
- ◆ стабильность во времени долей рынка, принадлежащих как изучаемому хозяйствующему субъекту, так и его ближайшим конкурентам;

❖ стабильность во времени самого рынка (статичный или динамичный рынок);

❖ наличие потенциальной конкуренции в совокупности с оценкой наличия и величины препятствий для вхождения конкурентов на рынок (барьеров вхождения конкурентов в рассматриваемый рынок);

❖ оценка факторов или потенциальных возможностей изучаемого хозяйствующего субъекта выступать «ценовым лидером».

В зависимости от ситуации данный перечень параметров может быть использован не полностью или же дополнен другими параметрами.

Ценовое лидерство — рыночная ситуация, свойственная олигополии, при которой повышение или понижение цен изучаемым хозяйствующим субъектом поддерживается всеми или большинством компаний на рынке (то есть хозяйствующий субъект действует на рынке независимо от конкурентов).

На величину доли рынка влияет выбор способа измерения показателей, положенных в основу ее определения (то есть способ измерения *количества товара*, реализуемого конкретным хозяйствующим субъектом, и *объема рынка*).

Указанные показатели могут быть измерены:

❖ в натуральном выражении (в натуральных или условных показателях);

❖ в стоимостном выражении — соответственно, стоимостью реализованного хозяйствующим субъектом товара (объемом продаж) и стоимостным выражением объема рынка.

В случае отсутствия прямых данных об объемах реализованной потребителям продукции указанные показатели определяются, соответственно, объемом поставок продукции хозяйствующим субъектом на соответствующий товарный рынок (при этом из показателя объема производства исключаются излишние запасы продукции на складе, продукция, предназначенная для внутренних нужд хозяйствующего субъекта, и продукция, вывозимая (экспортируемая) им для продажи за пределами соответствующего товарного рынка) и общим объемом поставок товара на соответствующий товарный рынок (то есть объемом поставок товара на рынок местными товаропроизводителями, включая объем ввоза товара на соответствующий товарный рынок).

Для квалификации в качестве доминирующего положения хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара находится внутри пределов 35—65%, определяются и анализируются следующие параметры.

По хозяйствующим субъектам — конкурентам, реально функционирующим на товарном рынке, для которого определены продуктовые и географические границы:

а) наличие конкретных хозяйствующих субъектов — конкурентов (продавцов, производителей);

б) их производственные возможности (наличные мощности и существующая загрузка мощностей) по производству и реализации рассматриваемого продукта (работ, услуг) и его заменителей в сочетании с поставками на конкретный товарный рынок;

в) размер долей рынка, принадлежащих ближайшим конкурентам изучаемого хозяйствующего субъекта, в сопоставлении с его долей рынка;

г) стабильность во времени долей рынка, принадлежащих как изучаемому хозяйствующему субъекту, так и его ближайшим конкурентам (в ретроспективе — в последние 2—3 года, в перспективе — 1 год);

д) стабильность во времени самого рынка (статичный или динамичный рынок);

е) возможные реакции конкурентов на антиконкурентное поведение хозяйствующего субъекта;

ж) возможная реакция хозяйствующего субъекта на давление конкурентов.

Если существуют конкуренты (то есть предприятия, поставляющие или могущие поставлять на рынок однородные или взаимозаменяемые товары) и они могут отреагировать быстро (как правило, до одного года), ощутимо (то есть их возможности по выпуску продукции (работ, услуг) сопоставимы с возможностями исследуемого хозяйствующего субъекта) и без больших затрат на антиконкурентное поведение рассматриваемого хозяйствующего субъекта, то, вероятнее всего, он не сможет удержать доминирующее положение и действовать на рассматриваемом рынке независимо от конкурентов.

Существующие конкуренты смогут быстро отреагировать на антиконкурентное поведение рассматриваемого хозяйствующего субъекта в том случае, если:

↔ они обладают значительными резервами (незагруженными мощностями), сравнимыми с мощностями рассмат-

- риваемого хозяйствующего субъекта, способными привести его к потере значительной части сбыта;
 - ◆ их мощности могут быть быстро без существенных затрат и в достаточной степени расширены;
 - ◆ их мощности (или часть мощностей), работающие на другой товарный рынок, могут быть быстро перепрофилированы на поставку изучаемого продукта (работ, услуг) или его заменителей; эти мощности сравнимы по величине с мощностями рассматриваемого хозяйствующего субъекта таким образом, чтобы привести его к потере значительной части сбыта.

По хозяйствующим субъектам — потенциальным конкурентам, которые могут войти на товарный рынок, для которого определены продуктовые и географические границы, учитываются:

- а) наличие потенциальных (возможных) конкурентов;
- б) барьеры вхождения потенциальных конкурентов в рассматриваемый рынок и величина возможных расходов на вхождение;
- в) влияние динамичных изменений самого рынка на положение хозяйствующего субъекта.

Барьеры вхождения конкурентов в рассматриваемый рынок и величина расходов на вхождение. Барьеры вхождения в рынок — это *любые обстоятельства, мешающие новому хозяйствующему субъекту на равных конкурировать с уже существующими на данном товарном рынке хозяйствующими субъектами.* Когда барьеры вхождения в рынок отсутствуют (или они низкие), то хозяйствующий субъект даже с большой долей рынка может не обладать способностью воздействовать на конкуренцию (не обладать рыночной силой). Если другие хозяйствующие субъекты (потенциальные конкуренты) существуют и могут войти в рынок быстро, масштабно (то есть их производственные мощности сравнимы с мощностями присутствующих на рынке хозяйствующих субъектов) и с малыми потерями, то хозяйствующие субъекты на этом рынке не могут быть доминирующими, то есть действовать антиконкурентно.

Расходы на вхождение в рынок — это любые затраты, которые должны нести хозяйствующие субъекты, входящие в рынок, но которые не осуществляют уже действующие на рынке хозяйствующие субъекты.

К основным видам таких расходов относятся:

❖ затраты на реализацию отдельных положений правительственных постановлений по вхождению в рынок, которые могут быть слишком дорогими и длительными по времени (например, затраты на приобретение лицензий для осуществления определенных видов деятельности и т. п.);

❖ расходы на производство и продажу соответствующего товара (финансовые и материальные затраты, которые могут понести хозяйствующие субъекты, пытающиеся войти на рассматриваемый рынок, связанные, в частности, с приобретением необходимого оборудования или переналадкой действующего, арендой или приобретением зданий, сооружений, транспортные расходы на реализацию, условия кредитования и т. п.);

❖ расходы на переключение потенциальных покупателей от покупок у действующего на данном рынке хозяйствующего субъекта к покупкам, у хозяйствующего субъекта, входящего на рынок (например, рекламные расходы).

Величина конкретных затрат («низкие» или «высокие») потенциальных конкурентов на вхождение в рынок оценивается на основе сравнения этих затрат с ожидаемым доходом хозяйствующего субъекта при вхождении в рынок. Для измерения этих доходов, а также для принятия решения о величине затрат обычно опрашиваются возможные конкуренты, приглашаются специалисты-эксперты.

Предлагается считать расходы на вхождение в рынок очень высокими, если на основании анализа выясняется, что ни один из возможных конкурентов, по всей вероятности, не войдет на данный товарный рынок с достаточной силой, как правило, в течение одного года. В таком случае можно считать потенциальных конкурентов отсутствующими.

Динамические изменения на рынке и оценка доминирования хозяйствующего субъекта. Проблема доминирования хозяйствующего субъекта на товарном рынке рассматривается как статичная, то есть анализ на доминирование осуществляется с позиций, может ли данный хозяйствующий субъект играть существенную, решающую роль в использовании своего положения при данных обстоятельствах и на данном товарном рынке. Однако для оценки доминирования важно принимать во внимание изменения рынка.

На рынках, подверженных быстрым изменениям, хозяйствующий субъект, обладающий большой долей рынка, может не быть доминирующим, поскольку:

❖ он может владеть большой долей рынка только временно (новые конкуренты могут быстро войти в рынок);

❖ сам рынок может быть временным (последующие усовершенствования могут лишить товар потребительского спроса, поскольку спрос перейдет к **следующему**, улучшенному варианту товара).

Если лишить хозяйствующих субъектов **возможности** получать высокие доходы в краткосрочный период доминирования, связанный с введением на рынок нового товара, субъекты могут резко уменьшить вложения в новые исследования и развитие, а сам рынок утратит свою привлекательность для инвестирования.

Ретроспективный анализ. В ряде случаев для анализа возможности входа на рынок новых хозяйствующих субъектов весьма полезным бывает ретроспективный анализ рынка, позволяющий установить такие факты, как:

✔ имели ли место случаи вхождения в данный рынок новых хозяйствующих субъектов, особенно после увеличения прибылей и цен (с поправкой на инфляцию) на рассматриваемый товар;

❖ отмечался ли в недавнем прошлом уход с рынка хозяйствующих субъектов после снижения цен (с поправкой на инфляцию), прибыли или в силу других причин, в каком состоянии находится их оборудование и выйдут ли эти хозяйствующие субъекты на рынок вновь в случае увеличения прибылей или изменения других условий;

❖ насколько рынок поддается прогнозу, особенно в части изменений структуры производства товара (трудная предсказуемость изменений в структуре производства может препятствовать вхождению новых хозяйствующих субъектов в рынок).

Исследуя возможности вхождения в рынок новых хозяйствующих субъектов, необходимо также сравнивать их потенциал с потенциалом рассматриваемого хозяйствующего субъекта (фирмы, сильно уступающие рассматриваемому хозяйствующему субъекту, например, в части производственных мощностей, возможности привлечения финансовых **ресурсов**, в ряде случаев не могут оказывать существенного влияния на его поведение, ограничивать его возможность влиять на рынок).

§ 3.3.2. Ограничение монополистической деятельности законодательством

Антимонопольное законодательство *запрещает хозяйствующим субъектам* (группам лиц) *злоупотребления своим доминирующим положением*, в частности, запрещаются такие действия, как:

❖ изъятие товаров из обращения, целью или результатом которого является создание или поддержание дефицита на рынке, или повышение цен;

❖ навязывание контрагенту условий договора, не выгодных для него или не относящихся к предмету договора (необоснованные требования передачи финансовых средств, иного имущества, имущественных прав, рабочей силы контрагента, согласие заключить договор лишь при условии внесения в него положений, касающихся товаров, в которых контрагент не заинтересован и др.);

❖ создание условий доступа на товарный рынок, обмена, потребления, приобретения, производства, реализации товара, которые ставят один или несколько хозяйствующих субъектов в неравное положение по сравнению с другим или другими хозяйствующими субъектами (дискриминационные условия);

❖ создание препятствий доступу на рынок (выходу с рынка) другим хозяйствующим субъектам;

❖ нарушение установленного нормативными актами порядка ценообразования;

❖ установление, поддержание монопольно высоких (низких) цен;

❖ сокращение или прекращение производства товаров, на которые имеются спрос или заказы потребителей, при наличии безубыточной возможности их производства;

❖ необоснованный отказ от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) при наличии возможности производства или поставки соответствующего товара.

Однако такие действия могут быть признаны в исключительных случаях правомерными, если хозяйствующий субъект докажет, что положительный эффект его действий, в том числе в социально-экономической сфере, превышает негативные последствия,

Запрещаются соглашения (согласованные действия) *хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию:*

1. Заключение договора, иной сделки, соглашения или осуществление согласованных действий хозяйствующими субъектами, действующими на рынке одного товара (взаимозаменяемых товаров), которые приводят или могут привести к:

✧ установлению (поддержанию) цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат), наценок;

✧ повышению, снижению или поддержанию цен на аукционах и торгах;

✧ разделу рынка по территориальному принципу, по объему продаж или закупок, по ассортименту реализуемых товаров либо по кругу продавцов или покупателей (заказчиков);

✧ ограничению доступа на рынок или устранению с него других хозяйствующих субъектов в качестве продавцов определенных товаров или их покупателей (заказчиков);

✧ отказу от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками).

Доказательства субъектами хозяйствования допустимости перечисленных действий не признаются.

2. Заключение хозяйствующими субъектами, действующими на рынке одного товара (взаимозаменяемых товаров), иных соглашений или осуществление согласованных действий, в результате которых имеются или могут иметь место недопущение, ограничение, устранение конкуренции и ущемление интересов других хозяйствующих субъектов.

3. Заключение соглашения или осуществление согласованных действий не конкурирующими между собой на соответствующем товарном рынке хозяйствующими субъектами, получающими (потенциальными приобретателями) и предоставляющими (потенциальными продавцами) товар (взаимозаменяемые товары), если в результате таких соглашений или действий имеются или могут иметь место недопущение, ограничение, устранение конкуренции.

Положения настоящего пункта не применяются к хозяйствующим субъектам, совокупная доля которых на рынке определенного товара не превышает 35%.

4. Запрещается координация предпринимательской деятельности коммерческих организаций, которая имеет или может иметь своим результатом ограничение конкуренции. Нарушение этого требования предпринимательскими структурами является основанием для их ликвидации в судебном порядке.

В исключительных случаях соглашения или согласованные действия хозяйствующих субъектов, указанные в пунктах 2 и 3, могут быть признаны антимонопольным органом правомерными, если хозяйствующие субъекты докажут, что положительный эффект от их действий, в том числе в социально-экономической сфере, превысит неблагоприятные последствия для рассматриваемого товарного рынка, либо если возможность таких соглашений или осуществления согласованных действий предусмотрена федеральными законами.

Ряд правовых норм антимонопольного законодательства направлен на ограничение монополистической деятельности органов власти и управления, а также их должностных лиц. Им, в частности, запрещается:

1. Принимать акты и (или) совершать действия, которые ограничивают самостоятельность хозяйствующих субъектов, создают дискриминационные условия деятельности отдельных хозяйствующих субъектов, если такие акты или действия имеют либо могут иметь своим результатом недопущение, ограничение, устранение конкуренции и ущемление интересов хозяйствующих субъектов, в том числе запрещается:

◆ вводить ограничения на создание новых хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности, а также устанавливать запреты на осуществление отдельных видов деятельности или производство определенных видов товаров, за исключением случаев, установленных законодательством Российской Федерации;

◆ необоснованно препятствовать осуществлению деятельности хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере;

◆ устанавливать запреты на продажу (покупку, обмен, приобретение) товаров из одного региона Российской Федерации (республики, края, области, района, города, района в городе) в другой или иным образом ограничивать права хозяйствующих субъектов на продажу (приобретение, покупку, обмен) товаров;

◆ давать хозяйствующим субъектам указания о первоочередной поставке товаров (выполнении работ, оказании услуг) определенному кругу покупателей (заказчиков) или о приоритетном заключении договоров без учета установленных законодательными или иными нормативными актами Российской Федерации приоритетов;

◆ необоснованно препятствовать созданию новых хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности;

❖ необоснованно предоставлять отдельному хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам льготы, ставящие их в преимущественное положение по отношению к другим хозяйствующим субъектам, работающим на рынок того же товара.

2. Заключать соглашения (осуществлять согласованные действия), не допускающие, ограничивающие, устраняющие конкуренцию и ущемляющие интересы хозяйствующих субъектов, в том числе соглашения, направленные на:

↘ повышение, снижение или поддержание цен (тарифов), за исключением случаев, если заключение таких соглашений допускается федеральными законами или нормативными правовыми актами Президента РФ, Правительства РФ;

❖ раздел рынка по территориальному принципу, по объему продаж или закупок, по ассортименту реализуемых товаров либо по кругу продавцов или покупателей (заказчиков);

❖ ограничение доступа на рынок или устранение с него хозяйствующих субъектов.

§ 3.3.3. Формы недобросовестной конкуренции

Антимонопольным законодательством не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе:

❖ распространение ложных, неточных или искаженных сведений, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации (одна из форм агрессии);

❖ введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара или его изготовителей;

❖ некорректное сравнение хозяйствующим: субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами других хозяйствующих субъектов;

❖ продажа, обмен или иное введение в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполнения работ, услуг;

❖ получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную и охраняемую **законом тайну**.

Указанные формы недобросовестной конкуренции, подлежащие запрету, соответствуют международным взглядам на эту проблему, отраженным в Парижской конвенции по охране промышленной собственности (1883 г.).

К недобросовестной конкуренции следует также отнести следующие виды деятельности:

- ✧ подкуп потенциальных покупателей с тем, чтобы привлечь их в качестве клиентов и сохранить на будущее их признательность;

- ✧ выяснение производственных или коммерческих тайн конкурента путем шпионажа или подкупа его служащих;

- ✧ неправомерное использование или раскрытие ноу-хау конкурента;

- ✧ побуждение служащих конкурента к нарушению или разрыву их контрактов с нанимателем;

- ✧ угроза конкуренту исками о нарушении патентов или товарных знаков, если эта угроза делается в целях противодействия конкуренции;

- ✧ бойкотирование торговли другой фирмы для противодействия или недопущения конкуренции;

- ✧ демпинг, то есть продажа своих товаров по цене ниже себестоимости с намерением противодействовать конкуренции или подавить ее;

- ✧ создание впечатления, что потребителю предоставляется возможность покупки на необычайно выгодных условиях, когда в действительности этого нет;

- ✧ поощрение нарушения контрактов, заключенных конкурентами;

- ✧ выпуск рекламы, в которой проводится некорректное сравнение с товарами или услугами конкурентов.

§ 3.3.4. Антимонопольные органы и их деятельность

Проведение государственной политики по содействию развитию товарных рынков и конкуренции, предупреждению, ограничению и пресечению монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции осуществляется федеральным антимонопольным органом*, который создает свои территориальные органы.

* В настоящее время — Федеральной антимонопольной службой.

Антимонопольный орган вправе:

✧ при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства возбуждать дела, по результатам рассмотрения которых принимать решения и выдавать предписания;

✧ выдавать хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания:

— о недопущении действий, создающих угрозу нарушения антимонопольного законодательства;

— об устранении последствий нарушения антимонопольного законодательства;

— о восстановлении положения, существовавшего до нарушения антимонопольного законодательства;

— о принудительном разделении коммерческой или некоммерческой организации либо о выделении из их состава одной или нескольких организаций;

— об изменении условий или о расторжении договоров и иных сделок;

— о заключении договоров с хозяйствующими субъектами;

— о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного в результате нарушения антимонопольного законодательства;

— об изменении или ограничении использования фирменного наименования;

— о выполнении экономических, технических, информационных и иных требований, направленных на предупреждение создания дискриминационных условий;

— о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;

▽ выдавать федеральным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов РФ, органам местного самоуправления и иным наделенным функциями или правами указанных органов власти органам или организациям, а также их должностным лицам обязательные для исполнения предписания:

— об отмене или изменении принятых ими актов, противоречащих антимонопольному законодательству;

— о прекращении нарушений антимонопольного законодательства;

— о расторжении или об изменении соглашений, заключенных ими и противоречащих антимонопольному законодательству;

— о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;

◆ привлекать коммерческие и некоммерческие организации, их руководителей, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, а также должностных лиц федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, иных наделенных функциями или правами указанных органов власти органов или организаций к административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства в случаях и в порядке, которые установлены законодательством об административных правонарушениях;

◆ обращаться в суд или арбитражный суд с заявлениями о нарушении антимонопольного законодательства, в том числе:

— об обязательном заключении договора с хозяйствующим субъектом;

— о ликвидации коммерческих и некоммерческих организаций;

◆ устанавливать наличие доминирующего положения хозяйствующего субъекта;

◆ давать разъяснения по вопросам применения антимонопольного законодательства;

◆ формировать и вести реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более 35%;

◆ давать в установленном порядке заключения о наличии или об отсутствии ограничения конкуренции на товарном рынке при введении, изменении и прекращении действия таможенных тарифов и о введении нетарифных мер;

◆ проводить анализ состояния товарных рынков;

◆ осуществлять иные предусмотренные Законом полномочия.

Сотрудники антимонопольного органа в целях выполнения возложенных на них функций при предъявлении ими служебных удостоверений и решения руководителя (его заместителя) антимонопольного органа о проведении проверки имеют право беспрепятственного доступа в федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления, иные наделенные функциями или правами указанных органов власти органы или организации, а также в хозяйствующие субъекты для получения в установленном

порядке документов и информации, необходимых антимонопольному органу для выполнения возложенных на него функций.

Органы внутренних дел обязаны в пределах своих полномочий оказывать помощь сотрудникам антимонопольного органа для выполнения ими служебных обязанностей.

Основными видами государственного контроля, осуществляемого антимонопольными органами, являются:

1. Контроль за созданием, реорганизацией, ликвидацией коммерческих и некоммерческих организаций:

✦ слияние и присоединение коммерческих организаций, суммарная балансовая стоимость активов которых по последнему балансу превышает 200 тысяч установленных федеральным законом минимальных размеров оплаты труда, осуществляются с предварительного согласия антимонопольного органа. Лица или органы, принимающие решение о слиянии либо присоединении коммерческих организаций, представляют в антимонопольный орган помимо документов, представляемых в регистрирующий орган в соответствии с законодательством РФ, ходатайство о даче согласия на слияние либо присоединение коммерческих организаций, сведения об основных видах деятельности и объеме производимой и реализуемой на соответствующих товарных рынках продукции (работ, услуг) и иную информацию, предусмотренную перечнем, утвержденным федеральным антимонопольным органом;

✦ антимонопольный орган должен быть уведомлен учредителями (участниками) (одним из учредителей, участников) в течение 45 дней с момента государственной регистрации:

— о создании, слиянии и присоединении некоммерческих организаций (ассоциаций, союзов, некоммерческих партнерств), если в состав участников (членов) этих организаций входит не менее двух коммерческих организаций;

— об изменении состава участников (членов) некоммерческих организаций (ассоциаций, союзов, некоммерческих партнерств), если в состав участников (членов) этих организаций входит не менее двух коммерческих организаций;

— о создании коммерческих организаций, если суммарная стоимость активов учредителей (участников) по последнему балансу превышает 200 тысяч установленных федеральным законом минимальных размеров оплаты труда, а также о слиянии и присоединении коммерческих организаций, если суммарная стоимость их активов по последне-

му балансу превышает 100 тысяч установленных федеральным законом минимальных размеров оплаты труда;

❖ государственная регистрация коммерческих организаций, а также внесение записи об исключении из единого государственного реестра юридических лиц коммерческих организаций осуществляются регистрирующим органом при наличии предварительного согласия антимонопольного органа.

2. Контроль за соблюдением антимонопольного законодательства при приобретении акций (долей) в уставном капитале коммерческих организаций.

С предварительного согласия антимонопольного органа на основании ходатайства юридического или физического лица осуществляется:

❖ приобретение лицом (группой лиц) акций (долей) с правом голоса в уставном капитале хозяйственного общества, при котором такое лицо (группа лиц) получает право распоряжаться более чем 20% указанных акций (долей). Если суммарная стоимость активов по последнему балансу превышает 100 тысяч минимальных размеров оплаты труда, юридические или физические лица обязаны в течение 45 дней с момента совершения сделки уведомить об этом антимонопольный орган;

❖ получение в собственность, пользование или владение одним хозяйствующим субъектом (группой лиц) основных производственных средств или нематериальных активов другого хозяйствующего субъекта, если балансовая стоимость имущества, составляющего предмет сделки, превышает 10% балансовой стоимости основных производственных средств и нематериальных активов хозяйствующего субъекта, отчуждающего или передающего имущество;

❖ приобретение лицом (группой лиц) прав, позволяющих определять условия ведения хозяйствующим субъектом его предпринимательской деятельности либо осуществлять функции его исполнительного органа.

Предварительное согласие на осуществление указанных сделок требуется в случаях, если суммарная стоимость активов по последнему балансу указанных лиц превышает 200 тысяч минимальных размеров оплаты труда или одним из них является хозяйствующий субъект, внесенный в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более 35%, либо приобретателем является группа лиц, контролирующая деятельность указанного хозяйствующего субъекта.

3. Принудительное разделение (выделение) коммерческих и некоммерческих организаций, занимающихся предпринимательской деятельностью.

В случае, когда такая организация занимает доминирующее положение и совершила в течение трех лет более двух выявленных в установленном порядке фактов монополистической деятельности, антимонопольный орган вправе выдать предписание о принудительном разделении или выделении из ее состава одной или нескольких организаций. Предписание подлежит исполнению собственником или органом, уполномоченным им, в срок, который не может быть менее шести месяцев.

Такое решение принимается при наличии следующих условий:

- ✦ если это ведет к развитию конкуренции;
- ✦ возможности организационного и территориального обособления структурных подразделений организации;
- ✦ отсутствия между ее структурными подразделениями тесной технологической взаимосвязи, в частности, если объем потребляемой юридическим лицом продукции (работ, услуг) ее структурного подразделения не превышает 30% общего объема производимой этим структурным подразделением продукции (работ, услуг);
- ✦ возможности юридических лиц в результате реорганизации самостоятельно работать на рынке определенного товара.

§ 3.3.5. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства

Законодательством установлена *обязательность* исполнения решений и предписаний антимонопольного органа. Коммерческие и некоммерческие организации (их руководители), федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления (их должностные лица), физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, обязаны выполнить действия, предусмотренные решением или предписанием антимонопольного органа, в установленный срок.

За нарушения антимонопольного законодательства должностные лица федеральных органов исполнительной

власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и иных наделенных функциями или правами указанных органов власти органов или организаций, коммерческие и некоммерческие организации или их руководители, а также физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, несут гражданско-правовую, административную либо уголовную ответственность.

Гражданско-правовая ответственность за нарушение антимонопольного законодательства в процессе деятельности на товарных рынках установлена Гражданским кодексом Российской Федерации и специальными антимонопольными законами.

Ответственность за административные правонарушения в области предпринимательской деятельности, в частности административная ответственность за действия, направленные на ограничение конкуренции на товарных рынках Российской Федерации, установлена Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (в ред. от 9 мая 2004 г.). Данный документ предусматривает ответственность за нарушение порядка ценообразования и ограничение свободы торговли.

Завышение или занижение регулируемых государством цен (тарифов, расценок, ставок и тому подобного) на продукцию, товары либо услуги, предельных цен (тарифов, расценок, ставок и тому подобного), завышение или занижение установленных надбавок (наценок) к ценам (тарифам, расценкам, ставкам и тому подобному), а также иное нарушение установленного порядка ценообразования влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двадцати до двадцати пяти минимальных размеров оплаты труда; на должностных лиц — в размере от сорока до пятидесяти минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц — от четырехсот до пятисот минимальных размеров оплаты труда.

Действия должностных лиц органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации или должностных лиц органов местного самоуправления, направленные на незаконное ограничение свободы торговли, то есть недопущение на местные рынки товаров из других регионов Российской Федерации либо запрещение вывоза местных товаров в другие регионы Российской Федерации влекут на-

ложение административного штрафа в размере от сорока до пятидесяти минимальных размеров оплаты труда.

Уголовная ответственность за недопущение, ограничение или устранение конкуренции устанавливается Уголовным кодексом РФ от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (в ред. от 26 июля 2004 г.). Уголовный кодекс РФ (ст. 178) запрещает под угрозой реализации уголовной ответственности недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем:

- ❖ *установления или поддержания монопольно высоких или монопольно низких цен;*
- ❖ *раздела рынка;*
- ❖ *ограничения доступа на рынок, устранения с него других субъектов экономической деятельности;*
- ❖ *установления или поддержания единых цен.*

Эти деяния объединяет то обстоятельство, что они связаны с экономической и властной деятельностью хозяйствующих субъектов и органов исполнительной власти (местного самоуправления) и прямо посягают на конкурентные отношения. Следует подчеркнуть, что уголовно наказуемыми являются не любые проявления монополистических действий и ограничения конкуренции, а лишь совершенные указанными в Уголовном кодексе способами и если эти деяния привлекли причинение крупного ущерба (крупным ущербом в данном случае признается ущерб, сумма которого превышает один миллион рублей).

В соответствии с антимонопольным законодательством (ст. 4–5 Закона о конкуренции) монопольно высокие (низкие) цены — это те цены, которые устанавливаются только хозяйствующими субъектами, занимающими доминирующее положение на товарном рынке. Поэтому ст. 178 УК РФ (в части монопольных цен) распространяется исключительно на деятельность тех хозяйствующих субъектов (их руководителей), которые имеют доминирующее положение на товарном рынке согласно ст. 4 Закона о конкуренции.

Уголовный кодекс РФ не устанавливает уголовной ответственности руководителей естественных монополий за завышение цен (тарифов), поскольку предполагает их государственное регулирование.

Установление монопольно высоких (низких) цен необходимо трактовать с позиции Закона о конкуренции, где дано определение монопольно высокой и монопольно низ-

кой цены. Установление монопольно высоких (низких) цен — это разновидности злоупотребления хозяйствующим субъектом своим доминирующим положением на товарном рынке. Чтобы вести речь о монопольно высоких (низких) ценах, необходимо сначала *доказать факт наличия доминирующего положения* предпринимателя на рынке. Такой факт устанавливается антимонопольным органом по правилам ст. 4 Закона о конкуренции.

Выявление монопольных цен должно опираться на изучение реальной динамики цен с учетом инфляции, а также на исследование изменений объемов производства в натуральном выражении. В то же время формальные обстоятельства, свидетельствующие о наличии признаков монопольной цены, могут быть следствием рыночной конъюнктуры, а не противоправного поведения хозяйствующих субъектов. Поэтому без проведения глубокого экономического анализа с привлечением экспертов выявить такие монополистические действия весьма сложно.

Раздел рынка, ограничение доступа на рынок, устранение с него других субъектов экономической деятельности, установление или поддержание единых цен с целью недопущения, ограничения или устранения конкуренции — уголовно наказуемые деяния, которые в отличие от установления монопольно высоких (низких) цен имеют коллективный характер. В Законе о конкуренции они именуется соглашениями (согласованными действиями) хозяйствующих субъектов, ограничивающими конкуренцию. Рассмотрим подробнее эти понятия.

Раздел рынка — это разграничение сферы обращения товара по территории (регионам), по общему объему продаж или закупок, а также по ассортименту реализуемых товаров, по кругу продавцов или покупателей (заказчиков).

Ограничение доступа на рынок — деяние (действие или бездействие) виновного лица, создающее любые неправомерные препятствия для входа на рынок того или иного хозяйствующего субъекта в качестве продавца определенных товаров или их покупателя и ущемляющее его свободу экономической деятельности. Ограничение свободы экономической деятельности может осуществляться как другими предпринимателями, так и органами исполнительной власти (местного самоуправления). Например, доступ на рынок ограничивают путем установления противоправных сборов за право торговли на территории региона, не-

правомерного отказа в регистрации хозяйствующего субъекта по мотивам нецелесообразности его предпринимательской деятельности и т. п.

Ограничение доступа на рынок хозяйствующих субъектов со стороны органов исполнительной власти (их должностных лиц) в настоящее время весьма распространено. Это касается легитимации предпринимателей (неправомерный отказ в создании, реорганизации или ликвидации хозяйствующего субъекта или отказ в выдаче ему необходимой лицензии на занятие соответствующим видом предпринимательской деятельности), неправомерного установления запретов для хозяйствующих субъектов (запрет на ввоз продукции), неправомерного закрепления требований, обязанностей в отношении предпринимателей (например, установление для хозяйствующего субъекта обязанности в первоочередном порядке поставить товар).

Следует заметить, что в ст. 178 УК РФ не учтены такие способы монополизации рынка, как необоснованный отказ от заключения договоров с отдельными покупателями (заказчиками) при наличии возможности производства или поставки соответствующего товара, необоснованное предостережение отдельному хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам льгот, позволяющих им занять преимущественное положение по отношению к конкурентам, совмещение властных и хозяйственных функций, а также наделение хозяйствующих субъектов функциями и правами органов исполнительной власти (местного самоуправления).

Устранение с рынка других субъектов экономической деятельности — действия виновных лиц, принуждающие хозяйствующие субъекты, уже работающие на данном рынке, полностью или частично прекратить экономическую деятельность на соответствующем рынке. Они могут выражаться, например, в распространении среди клиентов хозяйствующего субъекта ложной, неточной или искаженной информации, способной причинить убытки или нанести ущерб его деловой репутации. Ограничение конкуренции и устранение с рынка могут достигаться и с помощью принуждения к отказу от совершения сделки.

Установление или поддержание единых цен — это целенаправленное соглашение двух или более хозяйствующих субъектов об общих ценах (тарифах) на конкретном рынке, применяемых всеми участниками такого сговора.

Субъектный состав правонарушений можно подразделить на три группы в зависимости от правового статуса лиц. Во-первых, это собственно субъекты предпринимательской деятельности (индивидуальные предприниматели — граждане, которые в соответствии со ст. 23 ГК РФ занимаются предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации). К данной группе относятся также участники юридического лица (полного товарищества и товарищества на вере (кроме коммандитистов), посредством которых согласно ст. 53, 72 и 84 ГК РФ юридическое лицо может приобретать права и обязанности в хозяйственном обороте. Физические лица — полные товарищи в полном товариществе и товариществе на вере должны пройти регистрацию в качестве предпринимателей.

Во-вторых, субъектами преступлений, обозначенных в ст. 178 УК РФ, могут выступать руководители коммерческих организаций и их объединений (союзов или ассоциаций), а также некоммерческих организаций, за исключением не занимающихся предпринимательской деятельностью, независимо от того, являются ли они российскими гражданами, иностранными гражданами или лицами без гражданства. Руководители ведут текущие дела организации и представляют ее в хозяйственном обороте. Как известно, юридическое лицо приобретает гражданские права и принимает на себя гражданские обязанности через свои органы управления, действующие в соответствии с законом, иными правовыми актами и учредительными документами. Порядок назначения и избрания органов управления юридического лица определяется законом и учредительными документами (в зависимости от организационно-правовой формы).

В-третьих, это должностные лица федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления и иных наделенных функциями или правами указанных органов власти органов или организаций. Широкими полномочиями по государственному регулированию рыночных отношений наделены ныне органы исполнительной власти (местного самоуправления) и их должностные лица. Поэтому последние могут прямым или косвенным образом влиять на состояние конкурентной среды.

Характеризуя субъективную сторону рассматриваемого преступления, отметим его умышленный характер (пря-

мой умысел): виновное лицо, сознавая общественную опасность своего деяния, стремится не допустить, ограничить или устранить конкуренцию на соответствующем рынке товаров, работ, услуг.

Рассмотренные противоправные деяния наказываются штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет.

Те же деяния, совершенные лицом с использованием своего служебного положения либо группой лиц по предварительному сговору, наказываются штрафом в размере от ста тысяч до трехсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет либо лишением свободы на срок до пяти лет, а совершенные с применением насилия или с угрозой его применения, а равно с уничтожением или повреждением чужого имущества либо с угрозой его уничтожения или повреждения, при отсутствии признаков вымогательства — лишением свободы на срок от трех до семи лет со штрафом в размере до одного миллиона рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до пяти лет либо без такового.

§ 3.4. КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИХ СТРУКТУРЫ

Основными параметрами конкурентной среды на товарных рынках являются:*

- ◇ продуктовые границы товарного рынка;
- ◇ субъекты товарного рынка (количество и состав продавцов и покупателей);
- ◇ географические границы товарного рынка;
- ◇ объем товарного ресурса рынка;
- ◇ доли хозяйствующего субъекта на рынке;
- ◇ количественные показатели структуры товарного рынка;

** Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках. Утвержден приказом МАП РФ от 20 декабря 1996 г. № 169.*

◆ качественные показатели структуры товарного рынка (барьеры входа);

◆ рыночные потенциалы хозяйствующего субъекта.

Продуктовыми (товарными) границами товарного рынка считается группа (набор) взаимозаменяемых товаров.

Географические (территориальные) границы товарного рынка — это территория, на которой покупатели приобретают или могут приобрести изучаемый товар (товары-заменители) и не имеют такой возможности за ее пределами.

Структура рынка — совокупность количественных и качественных показателей, к которым относятся: число хозяйствующих субъектов и доли, занимаемые ими на данном товарном рынке; показатели рыночной концентрации; условия входа на рынок; открытость рынка для межрегиональной и международной торговли.

Барьеры входа на рынок — обстоятельства, препятствующие возможностям для новых хозяйствующих субъектов войти на товарный рынок.

В качестве источников исходной информации о рынках при анализе конкурентной среды используются:

◆ данные государственной статистической отчетности, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;

◆ информация от налоговых, таможенных органов, банковских структур, инвестиционных фондов;

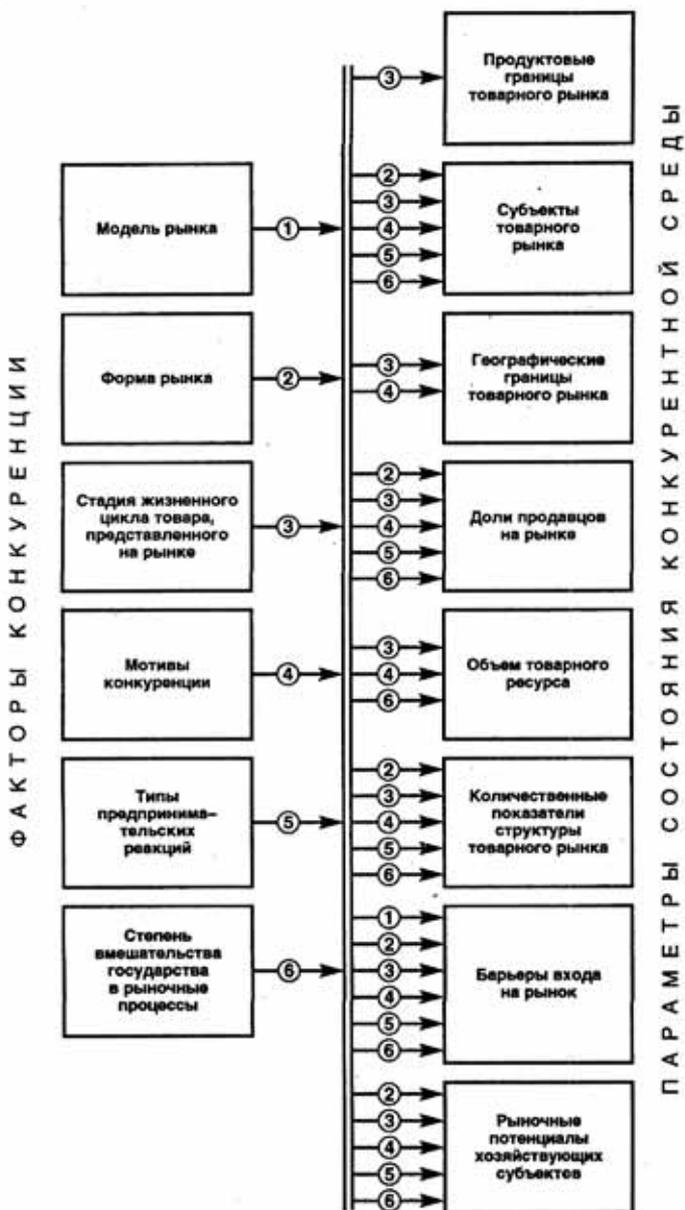
◆ сведения об объемах производства и реализации видов продукции (работ, услуг), полученные антимонопольными органами непосредственно от хозяйствующих субъектов;

◆ данные выборочных опросов покупателей, характеризующие покупательские предпочтения, критерии взаимозаменяемости товаров, критерии определения географических границ товарного рынка;

◆ данные товароведческой экспертизы, подтверждающие или отрицающие взаимозаменяемость товаров при формировании товарных групп;

◆ данные ведомственных и независимых информационных центров и служб о состоянии, структуре и объемах товарных рынков, участии в товарообороте отдельных производителей и покупателей продукции.

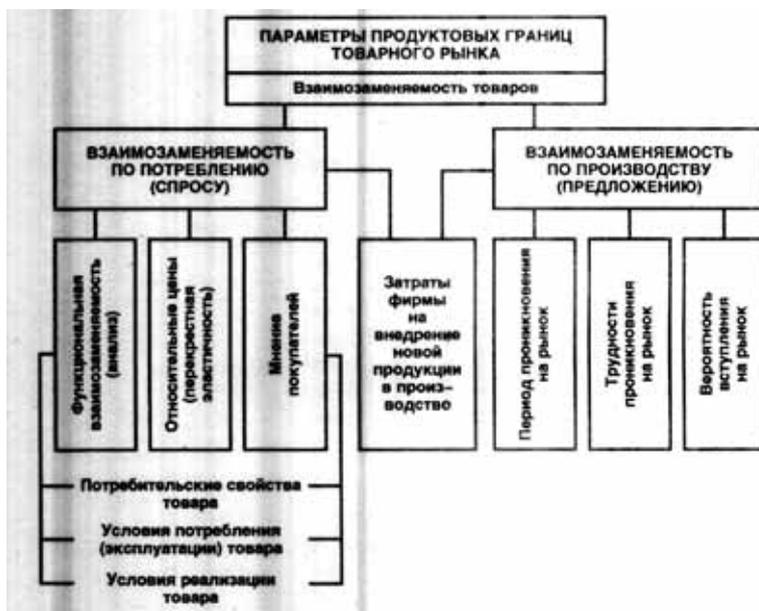
Возможное влияние факторов конкуренции на параметры, определяющие состояние конкурентной среды на товарном рынке, показано на *схеме 3.2*.



С х е м а 3.2. Влияние факторов конкуренции на параметры состояния конкурентной среды на товарном рынке

§ 3.4.1. Продуктовые границы товарного рынка

Выявление продуктовых границ рынка представляет собой процедуру *определения товара* (его потребительских свойств), *товаров-заменителей* и *формирования товарной группы* (группы товаров, рынки которых расцениваются как один товарный рынок) на основе мнения покупателей, а при монополии — мнения продавцов (как физических, так и юридических лиц) о взаимозаменяемости товаров, составляющих одну товарную группу. Это мнение определяется в результате сплошного или выборочного опроса покупателей (продавцов) и подкрепляется данными товароведческой экспертизы. Опрос следует проводить по группам покупателей (продавцов), дифференцированным по способам участия в обороте товара (оптовый, мелкооптовый покупатель (продавец), покупатель единичного количества товара, розничная торговля, реализация товара по прямым договорам). Укрупненное дерево параметров продуктовых границ товарного рынка показано на *схеме 3.3*.



с х е м а 3.3. Укрупненное дерево параметров продуктовых границ товарного рынка

Примерный перечень показателей, необходимых для определения изучаемого товара

- а) потребительские свойства товара:
- ✧ функциональное назначение;
 - ✧ физические параметры (вес, габариты и т. д.);
 - ✧ технические и эксплуатационные показатели;
 - ✧ цена товара;
- б) условия потребления или эксплуатации товара покупателями:
- ✧ обеспеченность электроэнергией;
 - ✧ обеспеченность водоснабжением;
 - ✧ обеспеченность услугами по сборке, транспортировке и т. п.;
 - ✧ обеспеченность техническим обслуживанием;
- в) способы (условия) реализации товара:
- ✧ через систему оптовой, мелкооптовой торговли;
 - ✧ через систему розничной торговли, в том числе фирменные магазины организаций-изготовителей;
 - ✧ по прямым договорам между продавцами и покупателями, в том числе посредством бартерных сделок.

Выявление товаров-заменителей, включаемых в определяемую товарную группу, осуществляется *по критерию взаимозаменяемости товарной продукции*. При этом необходимо учитывать два аспекта взаимозаменяемости товаров: с точки зрения их использования — *взаимозаменяемость по потреблению* (спросу) и с точки зрения их производства — *взаимозаменяемость по производству*.

Одним из критериев взаимозаменяемости по потреблению является *показатель перекрестной эластичности спроса* по цене, исчисляемый как отношение изменения объема реализации товара X (в %) к изменению цены товара Y (в %) за определенный период.

Спрос на товар X при увеличении цены на товар Y может и возрасти, и уменьшиться в зависимости от отношения покупателя к совместному использованию того и другого товара. Таким образом, перекрестная эластичность может быть и положительная, и отрицательная. Если коэффициент перекрестной эластичности имеет положительное значение, то товары X и Y являются взаимозаменяемыми. Чем больше положительный коэффициент, тем больше степень взаимозаменяемости товаров. **Нулевой** коэффициент свидетельствует о незаменимости товаров. Отрицательная перекрест-

ная эластичность характерна для взаимодополняющих товаров (например, рост цены бензина должен снижать спрос на автомобили). На практике, как правило, прибегают к более доступным и менее трудоемким методам оценки взаимозаменяемости товаров — экспертным оценкам, интервью с покупателями и специалистами той или иной отрасли.

Критериями взаимозаменяемости являются также:

✧ *функциональная взаимозаменяемость* различной продукции, которая устанавливается путем сопоставления цели потребления данного товара и его предполагаемых заменителей. Необходимо учитывать дифференцированный подход к этой проблеме различных групп покупателей. Одна и та же продукция на одной и той же территории может обращаться на разных товарных рынках (по составу покупателей и продавцов, например, оптовых и розничных), и рынки эти следует рассматривать обособленно;

✧ *сходство потребительских свойств* товара и его заменителей, которое устанавливается в результате сопоставления физических, технических, эксплуатационных, ценовых характеристик товара и его предполагаемых заменителей.

Для определения взаимозаменяемости товаров, с точки зрения потребителя, рекомендуется использовать следующие характеристики:

- ✧ функциональная взаимозаменяемость;
- ✧ относительные цены;
- ✧ затраты фирмы на внедрение новой продукции в производственный процесс;
- ✧ мнение покупателей.

Если не существует другого товара, функционально эквивалентного рассматриваемому, — у такого товара нет заменителя. И считается, что он сам представляет товарный рынок.

Примеры определения взаимозаменяемости товара, с точки зрения покупателей

Пример 1. Покрышки для легковых автомобилей.

Не существует товара, функционально эквивалентного покрышкам для легковых автомобилей. Покрышки для колес грузовиков не могут выполнять те же функции, что и покрышки для легковых автомобилей, потому что они слишком велики. Таким образом, покрышки для легковых автомобилей и грузовиков представляют собой разные товарные рынки.

Пример 2. Арматурные цементные блоки (АЦБ) и кирпичи.

Здание может быть спроектировано на основе использования АЦБ и кирпичей. Но если проект предусматривает использование АЦБ, то применение кирпичей исключается, и наоборот. Таким образом, с точки зрения строителя здания, проектом которого предусмотрено использование АЦБ, кирпичи не являются функциональным эквивалентом. Однако было бы ошибкой сделать заключение, что АЦБ и кирпичи не принадлежат к одному товарному рынку, основываясь только на этих фактах.

Если в результате повышения цен на АЦБ дома из кирпича окажутся для покупателей приемлемой заменой домам из АЦБ (при условии, что дома являются функционально взаимозаменяемыми), в таком случае конкуренция на товарном рынке между домами из кирпича и АЦБ помешает производителям АЦБ повысить цены на свою продукцию (в противном случае АЦБ и кирпичи не принадлежат к одному товарному рынку).

Пример 3.

Рассмотрим два разных типа электрогенераторов. *Tun 1* стоит 10 тыс. рублей; использует 1 л дизельного топлива для производства 1 киловатта электроэнергии. *Tun 2* стоит 5 тыс. рублей; использует 1,5 л дизельного топлива для производства 1 киловатта электроэнергии. В момент исследования 1 л дизельного топлива стоит 1 руб.

Потенциальные покупатели этих генераторов планируют произвести 10000 киловатт электроэнергии в течение всего срока использования генератора. В рассматриваемом примере стоимость производства электричества для них будет одинакова независимо от типа купленного генератора: так как затраты потребителя = первоначальная стоимость + эксплуатационные расходы, то для *tuna 1* они составят 20 тыс. руб. ($10 + 1 \times 1 \times 10000 / 1000$); для *tuna 2* — также 20 тыс. руб. ($5 + 1 \times 1,5 \times 10000 / 1000$).

В результате генераторы принадлежат к одному рассматриваемому товарному рынку, хотя их цена существенно различается. Изменение условий может привести к другим результатам.

Пример 4.

Теперь покупатели планируют произвести только 5000 киловатт-часов электроэнергии в течение всего срока использования генератора. В этом случае стоимость производства электроэнергии генератором *tuna 2* значительно меньше, чем та же стоимость при использовании генератора первого типа. Высокая цена генератора *tuna 1* уже не компенсируется низкими эксплуатационными расходами.

Для таких покупателей эти два типа генераторов принадлежат к разным товарным рынкам.

$$Tun\ 1: 10 + 1X1X5000/1000 = 15 \text{ (тыс. руб.)};$$

$$Tun\ 2: 5 + 1X1,5X5000/1000 = 12,5 \text{ (тыс. руб.)}.$$

Покупатели планируют произвести 100000 киловатт-часов электроэнергии в течение всего срока использования генератора, а цена дизельного топлива 1,5 руб. за литр. Теперь относительная неэффективность генератора *типа 2* делает его эксплуатационные расходы настолько высокими, что его низкая цена уже не компенсирует высокие расходы по его эксплуатации. В этом случае два типа генераторов также не принадлежат к одному товарному рынку.

$$Tun\ 1: 10 + 1,5X1X100000/1000 = 160 \text{ (тыс. руб.)};$$

$$Tun\ 2: 5 + 1,5X1,5X100000/1000 = 230 \text{ (тыс. руб.)}.$$

Для оценки взаимозаменяемости товаров с точки зрения их производства необходимо:

♦ выявить наличие свободных производственных мощностей, которые могут быть использованы для производства одного из товаров, входящих в рассматриваемую товарную группу (это могут быть простаивающие, излишние мощности, позволяющие в короткие сроки с минимальными дополнительными затратами перейти на выпуск рассматриваемой товарной продукции);

♦ определить технологические возможности переключения производственных мощностей на выпуск рассматриваемой товарной группы с производства других товарных групп.

Для определения взаимозаменяемости с точки зрения производства необходимо:

А. Оценить период проникновения любой фирмы на рынок конкретного товара в ответ на значительное увеличение цен. Один год от момента значительного увеличения цен до момента вступления фирмы на рынок представляется «разумным периодом» или периодом «быстрого» проникновения на рынок.

Б. Оценить трудность проникновения на рынок. Для этого следует определить, какое оборудование, знания и профессиональная подготовка нужны для начала производства данного товара. Вступление на рынок считается легким, если «невозполнимые затраты» (потери, которые невозможно возместить в случае выхода фирмы с рынка), пошедшие на вступление, не превышают 5% от общих затрат на производство. Информация о затратах на вступ-

ление и невосполнимых затратах может быть получена в результате опроса:

✧ действующих субъектов рынка, проникших на него недавно;

✧ пользователей и фирм — производителей имущества для выявления возможности его альтернативного использования. Другой способ определения степени невосполнимости затрат — определение существования рынка использованного имущества.

В. Установить последовательность шагов, ведущих к вступлению, и их продолжительность во времени. Необходимая информация может быть получена:

✧ в результате изучения недавних вступлений;

✧ путем интервью со специалистами в данной области производства.

Г. Определить вероятность вступления на рынок. Вероятность вступления на рынок будет тем выше, чем выше выручка в результате вступления на новый рынок по сравнению с выручкой, которую производитель в настоящий момент получает от своих вложений. Такую информацию можно получить путем выяснения у потенциальных вступающих их готовности начать производство в ответ на значительное увеличение цен. Подразумевается, что фирма, располагающая всем необходимым для вступления и не несущая при вступлении невосполнимых затрат, должна быть заинтересована в проникновении на рынок, если цены на 5% выше конкурентного уровня.

Примеры определения взаимозаменяемости товара, с точки зрения производителей

Пример 1.

Предположим, что бумажные салфетки представляют собой отдельный товарный рынок, поскольку тканые салфетки намного дороже, а другие бумажные изделия (лицевые салфетки, туалетная бумага) не считаются покупателями заменой бумажным салфеткам. Производители лицевых салфеток и туалетной бумаги, однако, могут быстро проникнуть на рынок бумажных салфеток, поскольку и те, и другие товары производятся одними и теми же машинами. Переход к производству от одного товара к другому может быть осуществлен за несколько часов (путем простой подгонки бумажной массы, закладываемой в машину, и изменения некоторых параметров машины). В случае значительного увеличения цен на бумажные салфетки произво-

дители туалетной бумаги и лицевых салфеток смогут довольно быстро перейти на их изготовление.

Пример 2.

Предположим, что производителю туалетной бумаги нужно купить новую резальную машину (так как бумага режется иначе, чем бумажные салфетки). Сначала необходимо выяснить возможность иного применения такой машины. Если иное применение невозможно, тогда следует узнать стоимость такой машины и годовые затраты на изготовление бумажных салфеток, чтобы определить, будут ли невосполнимые затраты, связанные со вступлением, значительными. Определяются общие годовые затраты. Предположим, что они составят 1010 тыс. рублей. Даже если затраты на резальную машину окажутся невосполнимыми, расход не будет считаться значительным, если он не превысит 50,5 тыс. рублей (5% от 1010 тыс. рублей).

§ 3.4.2. Состав продавцов и покупателей. Географические границы рынка

Определение состава продавцов и покупателей. Выявляются все продавцы, функционирующие на товарном рынке, для которого определены продуктовые границы.

Определяются все группы покупателей, приобретающих товар у конкретного продавца. Группирование покупателей



С х е м а 3.4. Группирование субъектов товарного рынка по способам реализации (приобретения) товара

лей следует производить по способам приобретения ими конкретного товара. Состав выделенной группы покупателей уточняется по следующему критерию: *каждый из покупателей этой группы может приобрести товар у любого из продавцов*, реализующих товар на определенном товарном рынке.

Группирование субъектов товарного рынка по способам реализации (приобретения) товара показано на *схеме 3.4*.

Географические границы товарного рынка. Географические границы товарного рынка — это *территория, на которой покупатели из выделенной группы имеют экономическую возможность приобрести рассматриваемый товар и не имеют такой возможности за пределами этой территории*. Если покупатели считают товар, продаваемый в одном регионе, заменителем товара, продаваемого в другом регионе, тогда эти регионы можно рассматривать как один и тот же географический рынок данного товара.

При определении географического рынка необходимо выявить:

- ❖ наличие других пунктов продажи (производства);
- ❖ возможность замены одного пункта другим в случае повышения цен в каком-то конкретном пункте продажи;
- ❖ затраты на перевозку товара;
- ❖ длительность транспортировки товара (наиболее актуальна для скоропортящихся продуктов питания).

С точки зрения покупателя товара, один пункт продажи окажется разумной альтернативой (заменителем) другого, если предлагаемая цена товара с доставкой рассматриваемого пункта и пункта-заменителя *различается не более чем на 5%*.

Пример.

Существует цемент разных марок, различного назначения (например, для строительства мостов). Строительная организация собирается построить мост в определенном городе. Ближайшие цементные заводы, производящие цемент, пригодный для строительства мостов, находятся на следующем расстоянии от места строительства: *завод А — 100 км; завод Б — 125 км; заводы В и Г — 200 км; завод Д — 500 км*.

Предположим, что транспортировка цемента стоит 20 копеек за тонно-километр. Если цена цемента на каждом заводе — 400 рублей за тонну, тогда стоимость цемента для строителей моста у каждого из этих заводов составит:

$$\begin{aligned}
 A: & 420 - 400 + (100 \times 0,2); \\
 Б: & 425 - 400 + (125 \times 0,2); \\
 В, Г: & 440 - 400 + (200 \times 0,2); \\
 Д: & 500 - 400 + (500 \times 0,2).
 \end{aligned}$$

Цена цемента с доставкой с *завода Б* — на 1% выше; *В, Г* — на 5% выше; *Д* — на 19% выше, чем с *завода А*. Следовательно, заводы *Л, Б, В и Г* находятся в одном географическом рынке. Завод *Д* находится в другом географическом рынке.

§ 3.4.3. Определение объема товарных ресурсов рынка и доли хозяйствующего субъекта на рынке

Количественной характеристикой объема товарных ресурсов рынка является общий объем реализации (поставки) товара в географических границах рынка выделенной группе покупателей в стоимостных и (или) натуральных показателях.

Общий объем реализации (поставки) товара определяется как сумма реализации (поставки) товара на данном рынке всеми продавцами:

$$V_m = \sum_{i=1}^N V_i,$$

где V_m — общий объем реализации (поставки) товара; V_i — объем реализации (поставки) i -м продавцом товара; N — количество продавцов, действующих в географических границах рынка.

В случае отсутствия прямых данных об объемах реализуемой (поставляемой) покупателям продукции объем рынка определяют расчетным способом по формуле:

$$V_m = V_p + V_{im} - V_{ex},$$

где V_p — объем производства товара местными товаропроизводителями, предназначенного для реализации на изучаемом рынке (без учета продукции, изготовленной из дачальского сырья); V_{im} — объем ввоза товара на территорию изучаемого рынка; V_{ex} — объем вывоза за пределы изучаемого рынка.

Доля хозяйствующего субъекта i -го продавца на рассматриваемом товарном рынке (D_i) определяется как отно-

шение реализованной им на рынке товарной продукции к общему объему реализации (поставки) товара:

$$D_i = V_i/V_m.$$

Пример расчета доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке (условный)

Объект исследования: рынок теплоизоляционных материалов. Субъект исследования: завод строительных материалов (далее — Завод). Цель исследования — определение доли Завода на рынке теплоизоляционных материалов.

I. Определение продуктовых границ товарного рынка

Определение товара и товаров-заменителей. Завод производит продукцию производственно-технического назначения — перлитофосфогелевые плиты и перлитопластобетонные плиты.

К числу теплоизоляционных материалов, используемых в строительных конструкциях, относятся также производимые на других заводах минераловатные плиты, перлитоцементные плиты, пенополистирольные плиты.

По своему назначению и потребительским свойствам все перечисленные материалы относятся к взаимозаменяемым товарам: они применяются в строительных конструкциях для теплоизоляции.

Взаимозаменяемость перечисленных теплоизоляционных материалов подтверждена экспертным заключением отраслевых научно-исследовательских организаций.

С целью проверки результатов экспертизы проводится опрос покупателей продукции Завода.

На основании этого заключения все вышеперечисленные теплоизоляционные плиты можно отнести к одной товарной группе теплоизоляционных материалов.

II. Определение субъектов рынка

Покупатели перлитофосфогелевых и перлитопластобетонных плит, выпускаемых Заводом:

- | | |
|---|--------------------------------------|
| ♦ оптовые покупатели (управления технической комплектации строительных трестов, строительные тресты, объединения, хозяйствующие субъекты, ведущие строительные и ремонтные работы собственными силами); | 99% от общей реализации плит Заводом |
| ♦ розничные покупатели (индивидуальные застройщики). | 1% |

Доля хозяйствующего субъекта должна определяться на каждом рынке. В данном случае, поскольку доля розничных покупателей в объеме реализации Завода незначительна, ограничимся оценкой доли рассматриваемого хозяйствующего субъекта лишь на рынке оптовых покупок перлитофосфогелевых и перлитопластобетонных плит и их заменителей.

Предприятия-продавцы перлитофосфогелевых и перлитопластобетонных плит и их заменителей.

В результате опроса покупателей продукции Завода дополнительно было выявлено 4 продавца:

Перлитоцементные плиты — *заводы А и Б*;

Минераловатные плиты — *завод В*;

Пенополистирольные плиты — *завод Г*.

III. Географические границы товарного рынка

Географические границы рынка — это районы области, в которых функционируют выявленные продавцы теплоизоляционных материалов.

Предположим, что общий объем реализации перлитопластобетонных и перлитофосфогелевых плит всеми пятью заводами на рассматриваемом рынке составил за определенный период времени 100000 кв. м, а объем реализации этих плит Заводом за тот же период времени — **26000** кв. м.

Соответственно, доля Завода на рынке теплоизоляционных материалов составила 26%.

§ 3.4.4. Структура товарного рынка

Структура товарного рынка характеризуется количественными и качественными показателями.

Количественные показатели:

- ◆ численность продавцов, действующих на данном рынке;
- ◆ доли, занимаемые продавцами на данном товарном рынке (в зависимости от целей анализа — с учетом или без учета потенциальных конкурентов);
- ◆ показатели рыночной концентрации.

Если анализ состояния конкурентной среды на рынке проводится в связи с возбуждением дела по факту нарушения антимонопольного законодательства, вероятнее всего необходим расчет доли по фактически сложившейся структуре рынка (без учета потенциальных конкурентов). Если же анализ выполняется для оценки долгосрочных и

перспективных проектов (слияние хозяйствующих субъектов, создание финансово-промышленных групп, приобретение пакетов акций, имущества и др.)» целесообразно учитывать возможные объемы реализации на рынке потенциальными конкурентами (продавцами) при условии, что вход на рынок новых хозяйствующих субъектов может осуществляться в кратчайшие сроки (определяемые в зависимости от конкретного рынка, в пределах 1–2 лет) без существенных дополнительных затрат. Затем продавцы ранжируются по их долям на рынке, анализируется существенность разброса долей участия продавцов на рынке и делается вывод о равнозначности (равномерности) присутствия продавцов на нем.

Желательно, чтобы выводы, основанные на анализе статистических данных, характеризующих ситуацию за конкретный период времени, были подкреплены анализом динамики присутствия на рынке тех или иных продавцов за 3–5 последних лет.

Показатели рыночной концентрации:

А. Коэффициент рыночной концентрации (CR). Рассчитывается как процентное отношение реализации (поставки) продукции определенным числом крупнейших продавцов к общему объему реализации (поставки) на данном товарном рынке. Рекомендуется использовать уровень концентрации трех (CR-3), четырех (CR-4), шести (CR-6), восьми (CR-8), десяти (CR-10), двадцати пяти (CR-25) крупнейших продавцов.

Если мы имеем ряд продавцов, ранжированный по их доли продаж на рынке $D_1, D_2, D_3, \dots, D_{25}$, то:

$$\begin{aligned} (CR-3) &= D_1 + D_2 + D_3; \\ (CR-4) &= (CR-3) + D_4; \\ (CR-6) &= (CR-4) + D_5 + D_6; \\ (CR-8) &= (CR-6) + D_7 + D_8; \\ (CR-10) &= (CR-8) + D_9 + D_{10}; \\ (CR-25) &= (CR-10) + D_{11} + D_{12} + \dots + D_{24} + D_{25}. \end{aligned}$$

Б. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля—Гиршмана (HНJ). Рассчитывается как сумма квадратов долей, занимаемых на рынке всеми действующими на нем продавцами.

$$HНJ = D_1^2 + D_2^2 + \dots + D_N^2 \quad (i = 1, 2, \dots, N).$$



Расчет индекса рыночной концентрации Герфиндаля—Гиршмана

Перечень продавцов товара на рынке	Объем реализации (по- ставки) товара каждым продавцом (V_i)	Доля хозяйствующего субъекта— продавца на рассматриваемом товарном рынке $D_i = V_i / V_N$	Квадраты долей « ft »
1. ...			
N....			

Коэффициент Герфиндаля—Гиршмана показывает, какое место, долю на данном рынке занимают продавцы, владеющие малыми долями.

По значениям коэффициентов концентрации и индексов Герфиндаля—Гиршмана выделяются три типа рынка:

- ◆ I тип — *высококонцентрированные рынки*:
при $70\% < CR < 100\%$; $2000 < HNJ < 10000$;
- ◆ II тип — *умеренно концентрированные рынки*:
при $45\% < CR < 70\%$; $1000 < HNJ < 2000$;
- ◆ III тип — *низкоконцентрированные рынки*:
при $CR < 45\%$; $HNJ < 1000$.

Показатели рыночной концентрации дают возможность сделать предварительную оценку степени монополизации рынка, равномерности (или неравномерности) присутствия на нем хозяйствующих субъектов. Чем больше продавцов с равномасштабной поставкой продукции действует на рынке, тем меньше значение соответствующих показателей.

В зарубежной антимонопольной практике коэффициенты концентрации (и особенно Герфиндаля—Гиршмана) применяются лишь как отправная точка в исследовании конкретного прецедента и никогда не используются как аргумент для судебного разбирательства.

Качественные показатели

Качественные показатели структуры рынка характеризуют:

- ◆ наличие или отсутствие (сила) барьеров входа на рынок для потенциальных конкурентов, степень их преодолимости;
- ◆ открытость рынка для межрегиональной и международной торговли.

Потенциальными конкурентами, которые могут быть соперниками в проникновении на рынок, являются:

а) хозяйствующие субъекты, которые имеют материально-техническую базу, кадры, технологии для изготовления данного товара, но по разным причинам не реализуют эти возможности;

б) хозяйствующие субъекты, которые изготавливают данный товар, но не продают его на территории исследуемого товарного рынка;

в) новые хозяйствующие субъекты, входящие на данный товарный рынок.

Анализ возможностей преодоления барьеров требует экспертной оценки силы барьера и тенденций усиления (ослабления) барьера применительно к каждому показателю (фактору), характеризующему силу барьера.

Целесообразно указанную оценку измерять в баллах в диапазоне от -5 (непреодолимый барьер) до $+5$ (отсутствие барьера) с указанием дальнейшей тенденции изменения силы барьера (тенденция к усилению барьера, тенденция к ослаблению барьера, отсутствие явной тенденции). Шкала (ключ) экспертных оценок представлена на *схеме 3.5*.

Для анализа возможностей преодоления барьеров входа на рынок необходимо осуществить экспертную оценку влияния на силу барьера каждого показателя (фактора) из совокупности показателей, определяющих силу барьера (*табл. 3.3*).

СИЛА БАРЬЕРА				
Непреодолимый барьер	Труднопреодолимый барьер	Умеренный барьер	Легкопреодолимый барьер	Отсутствие барьера
-5	← Усиление барьера		0	Ослабление барьера →
ВАРИАНТЫ ОЦЕНОК				
← 0 → Отсутствие явной тенденции				
			$+2$ →	
Тенденция к дальнейшему ослаблению барьера				
-3 →				
Тенденция к ослаблению барьера				
← -3				
Тенденция к дальнейшему усилению барьера				

С х е м а 3.5. Шкала (ключ) экспертных оценок силы и тенденций усиления (ослабления) барьера входа на рынок

Т а б л и ц а 3.3. Экспертная оценка силы барьеров вхождения на рынок потенциальных конкурентов

Наименование барьеров (параметров)	Экспертная оценка (баллы)		
	-5	0	+5
1	2		
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ			
1. Последствия государственной политики в области инвестиций, кредитов, налогов, цен, тарифного и нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности для конкретных товарных рынков	Несущественные	Существенные	
2. Среднеотраслевая норма прибыли	Очень низкая	Очень высокая	
3. Сроки окупаемости капитальных вложений	Очень длительные	Короткие	
4. Неуплаты	Постоянные	Отсутствуют	
5. Наличие (отсутствие) эффективной поддержки малого предпринимательства: доступность финансирования из фонда поддержки предпринимательства, доступность кредитных ресурсов для субъектов малого предпринимательства, низкий (высокий) уровень арендной платы за производственные и конторские помещения	Отсутствует	Эффективная поддержка	
АДМИНИСТРАТИВНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ			
6. Ограничения деятельности продавцов на данном товарном рынке, выдвигаемые органами власти и управления всех уровней (лицензирование отдельных видов деятельности, квотирование, решения органов власти по ограничению ввоза (вывоза) товаров на территорию (с территории), чинимые препятствия в отведении земельных участков, предоставлении производственных и конторских помещений и т. п.)	Сильные	Отсутствуют	
7. Наличие (отсутствие) необходимых средств коммуникации (транспорта, связи), служб по оказанию информационных, консалтинговых, лизинговых услуг	Отсутствуют		Сильно развиты

1	2	
ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ		
8. Факты запрещения службами экологической безопасности, природоохранными учреждениями и общественными организациями и движениями расширения масштабов деятельности на данном товарном рынке, строительства новых производственных и складских объектов, транспортных коммуникаций и т. п.	Встречаются часто	Отсутствуют
ОГРАНИЧЕНИЯ ПО СПРОСУ		
9. Уровень удовлетворения спроса ...	Высокий	Очень низкий
10. Уровень потребностей покупателей	Низкий	Очень высокий
ПОТРЕБНЫЕ КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ		
11. Величина капитальных затрат, связанных с освоением выпуска товара потенциальными конкурентами (стоимость нового строительства или реконструкции и технического перевооружения действующих мощностей, которые можно приспособить под выпуск данного товара)	Очень большая	Небольшая
12. Сроки окупаемости капитальных затрат	Длительные	Короткие
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДАВЦОВ		
13. Конкурентоспособность продавцов, действующих на рынке	Высокая	Низкая
14. Конкурентоспособность потенциальных конкурентов	Низкая	Высокая
СТРУКТУРА РЫНКА		
15. Уровень рыночной концентрации	Высокий	Низкий
16. Масштаб производства потенциального конкурента	Малый	Большой
КОСВЕННЫЕ ФАКТОРЫ		
17. Появление на рынке новых продавцов в течение 3–5 лет при высокой норме прибыли	Очень редкое	Очень частое

§ 3.4.5. Государственное регулирование структуры товарных рынков

Основной политикой в области государственного регулирования структуры товарных рынков является достижение и поддержание умеренной рыночной концентрации, при которой достигается (табл. 3.4):

Таблица 3.4.
Сводная таблица оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке

Наименование показателя	Ед. изм.	Критерии оценки значений показателей	Характеристика типа рыночной структуры			
			высоко-концентрированный рынок	умеренно-концентрированный рынок	низко-концентрированный рынок	равномерный рынок
1. Численность хозяйствующих субъектов, действующих на данном товарном рынке (N)	х-ед.		Показатель не позволяет судить о конкуренции на данном рынке, за исключением случаев, когда количество действующих на рынке хозяйствующих субъектов очень мало			
2. Доли поставок товара каждым продавцом в общем объеме товарного ресурса рынка (D_i)	%	Разрыв между значениями D_i ◇ распределение D_i неравномерное ◇ распределение D_i равномерное	+	+		+
3. Коэффициент рыночной концентрации (CR)	%	$70\% < CR < 100\%$ $45\% < CR < 70\%$ $CR < 45\%$	+	+		+
4. Индекс Герфиндаля — Гиршмана (HHJ)		$2000 < HHJ < 10000$ $1000 < HHJ < 2000$ $HHJ < 1000$	+	+		+
5. Барьеры «входа» на рынок: — ограничения по спросу — ... Другие		степень преодолимости в течение 2 лет (преодолимый) в течение более продолжительного периода (непреодолимый)	+			
6. Открытость рынка						
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА						

- ✧ умеренная интенсивность конкуренции;
- ✧ достаточная для привлечения импорта степень открытости рынка для иностранных продавцов;
- ✧ достаточно широкая возможность регулирования барьеров входа на рынок потенциальных конкурентов;
- ✧ умеренная поддержка отечественного производителя, создающая ему возможность расширения производства конкурентоспособных товаров (повышения рыночного потенциала).

Меры антимонопольного регулирования дифференцируются в зависимости от уровня рыночной концентрации (табл. 3.5).

Т а б л и ц а 3.5. Основные направления антимонопольного регулирования структуры товарного рынка

Тип структуры рынка	Основные направления антимонопольного регулирования
Высококонцентрированный рынок	Демонопользация рынка: <ul style="list-style-type: none"> ✧ разукрупнение монопольных структур; ✧ подконтрольные монопольным органам слияния и присоединения структур (поглощения); ✧ запрет захвата коммерческих структур более сильными структурами; ✧ ослабление барьеров входа на рынок новых конкурентов.
Умеренно концентрированный рынок	Стабилизация структуры рынка: <ul style="list-style-type: none"> ✧ антимонопольный контроль за динамикой рыночной концентрации; ✧ контроль за деятельностью предприятий, включенных в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35% (предупреждение возможности их монополизации); ✧ ограничение рыночного потенциала предприятий, занимающих доминирующее положение; ✧ подконтрольность процессов слияния и поглощения предприятий; ✧ запрет захвата предприятий более сильными структурами; ✧ дифференциация барьеров входа на рынок.
Низкоконцентрированный рынок	Повышение уровня рыночной концентрации; <ul style="list-style-type: none"> ✧ содействие укрупнению коммерческих структур; ✧ ослабление барьеров входа в рынок; ✧ содействие инвестиционному процессу; ✧ содействие входу в рынок международных и региональных структур.

3.4.6. Открытость рынка для **межрегиональной** и международного торговли

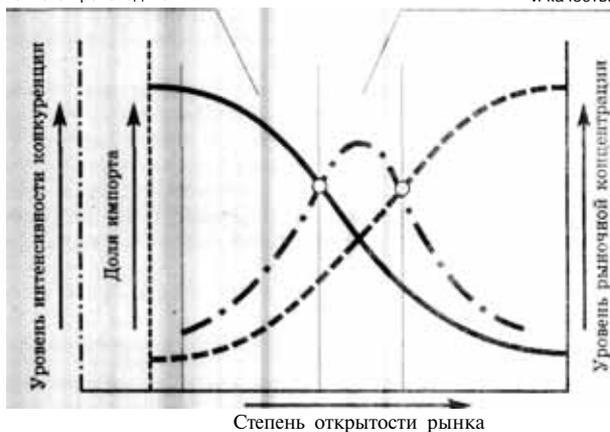
Возможность входа на товарный рынок продавцов из других регионов (или других стран) существенно снижает рыночную концентрацию, сокращает долю, занимаемую на рынке местными (отечественными) продавцами. Напротив, слабая включенность рынка в межрегиональный (международный) обмен усиливает концентрацию на рынке и увеличивает долю, занимаемую на нем местными (отечественными) продавцами, со всеми вытекающими отсюда последствиями для покупателей. Ориентировочно степень открытости рынка для участия в межрегиональной и международной торговле можно оценить по доле импортной (ввезенной) продукции в общем объеме реализации (поставки) на конкретном товарном рынке.

Этот показатель является исходным для оценки состояния товарного рынка при решении вопросов, связанных с защитными мерами для отечественных товаропроизводителей.

На *рис. 3.6* представлена версия влияния степени открытости рынка на уровень рыночной концентрации, долю импорта и уровень конкуренции. Виден противоречи-

Рациональная степень открытости рынка с точки зрения защиты отечественного производителя

Рациональная степень открытости рынка с точки зрения конкуренции и качества товара



Р и с. 3.6. Влияние степени открытости рынка на уровень рыночной концентрации, долю импорта и уровень интенсивности конкуренции (*версия*)

вый характер этого влияния. С одной стороны, при повышении степени открытости рынка снижается уровень рыночной концентрации, что до некоторого предела ведет к усилению конкуренции и, как следствие, к повышению качества товара. С другой стороны, повышение степени открытости рынка в условиях низкой конкурентоспособности отечественных товаров ведет к повышению доли импорта и вытеснению с рынка отечественного производителя. Неизбежно встает задача государственного регулирования уровня открытости рынка..

Как представлено на *рис. 3.6*, интересы защиты отечественного производителя и интересы поддержания уровня конкуренции и высокого качества товара могут быть более или менее совместимы при доле импорта около 1/3 общего объема рынка.

§ 3.4.7. Рыночный потенциал хозяйствующего субъекта

Под термином «*рыночный потенциал*» понимается возможность хозяйствующего субъекта оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке и (или) затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам.

Основным показателем рыночного потенциала является индекс конкурентоспособности предприятия (I), определяемый как произведение индекса конкурентоспособности товарной массы, поставленной предприятием на рынок (I_m), и индекса эффективности производства (I_p):

$$I = I_p \cdot I_m$$

Индекс конкурентоспособности товарной массы определяется по формуле:

$$I_m = \sum_{i=1}^n \frac{d_i}{d_{i0}} I_{(K/Z)_i} >$$

где d_i , d_{i0} — удельный вес i -го товара, представленного на рынке изучаемым и базовым предприятием (ведущим конкурентом), соответственно; $I_{(K/Z)_i}$ — индекс конкурентоспособности i -го товара; n — широта сопоставляемого ассортимента продукции.

Товарная масса предприятия конкурентоспособна при $I_m > 1,0$.

Индекс эффективности производства может быть представлен в виде

$$I_3 :$$

где R , R_0 — коэффициенты рентабельности исследуемого и базового (основного конкурента) предприятий, соответственно.

В краткосрочном периоде индекс эффективности предприятия может быть рассчитан сопоставлением средней рентабельности продукции; в долгосрочном периоде более целесообразна оценка рентабельности вложенного капитала.

Если $I = I_m I_3 > 1$, предприятие конкурентоспособно, то есть способно или сохранить свою долю на рынке, или увеличить ее. Чем выше величина $(I - 1)$, тем быстрее осуществляется процесс вытеснения конкурента. При $I = 1$ предприятие способно удержать свою долю.

Интегральным показателем рыночного потенциала хозяйствующего субъекта, действующего на товарном рынке, признается *устанавливаемая им цена, превышающая уровень конкурентных цен* на данном товарном рынке, в том числе монопольно высокая цена.

Однако если предприятие увеличивает цену на товар выше цены равновесия, то при том же уровне качества, что и у других продавцов, оно тем самым понижает индекс конкурентоспособности товара и товарной массы и рискует потерей своей доли на рынке. Превышение цены над равновесной ценой оправдано в случаях, когда:

- ♦ предприятие существенно улучшило показатели качества (но это уже другой товар);
- ♦ цена на товар неэластична и предприятию выгодно повысить цену, поскольку, несмотря на снижение объема продаж, совокупная выручка от продаж возрастет.

§ 3.5. ЗАЩИТА КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Финансовая услуга — деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц: осуществление банковских операций и сделок, предоставление страховых услуг и услуг на рынке ценных бумаг, заключение договоров финансовой аренды (лизинга) и договоров по доверительному уп-

равлению денежными средствами или ценными бумагами, а также иные услуги финансового характера.

Рынок финансовых услуг — сфера деятельности финансовых организаций на территории Российской Федерации или ее части, определяемая исходя из места предоставления финансовой услуги потребителям. Включает: *рынок ценных бумаг, рынок банковских услуг, рынок страховых услуг, рынок иных финансовых услуг.*

Отношения, влияющие на конкуренцию на рынке финансовых услуг и связанные с защитой конкуренции, регулируются Федеральным законом «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ (в ред. от 30 декабря 2001 г. с изм. и доп., вступившими в силу с 1 июля 2002 г.), иными федеральными законами, указами Президента РФ, постановлениями Правительства РФ, а также нормативными правовыми актами федерального антимонопольного органа (в настоящее время — Федеральной антимонопольной службы), нормативными актами ЦБ РФ и нормативными правовыми актами соответствующих федеральных органов исполнительной власти. Если международным договором РФ установлены иные правила, чем предусмотренные антимонопольным законодательством РФ, то применяются правила международного договора.

Анализ и оценка состояния конкурентной среды на рынке финансовых услуг осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по порядку проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на рынке финансовых услуг», утвержденными приказом МАП РФ от 31 марта 2003 г. № 86.

§ 3.5.1. Доминирующее положение финансовой организации

Финансовая организация — *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 негосударственный пенсионный фонд, его управляющая компания, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, лизинговая компания, кредитный потребительский союз и иная организация, осуществляющая операции и сделки*

на рынке финансовых услуг, аффилированное лицо и группа лиц финансовых организаций, а также *индивидуальные предприниматели*, осуществляющие на основе соответствующей лицензии деятельность на рынке финансовых услуг.

Доминирующее положение финансовой организации — *объем финансовых услуг*, предоставленных финансовой организацией (несколькими финансовыми организациями) на рынке финансовых услуг, *дающий ей (им) возможность оказывать решающее влияние на общие условия предоставления финансовых услуг* на рынке финансовых услуг или *затруднять доступ на этот рынок* другим финансовым организациям.

Доминирующее положение финансовой организации на рынке финансовых услуг определяется федеральным антимонопольным органом по согласованию с другими федеральными органами, осуществляющими соответственно регулирование на рынке ценных бумаг, рынке банковских услуг, рынке страховых услуг, рынках иных финансовых услуг.

Доля финансовой организации на рынке финансовых услуг — *сумма оборота по виду финансовых услуг, общая сумма финансовых услуг в определенных границах рынка*.

Закон о конкуренции на финансовых рынках запрещает злоупотребление финансовой организацией доминирующим положением, в том числе такие ее действия, как:

- ✧ включение в договор дискриминационных условий, которые ставят финансовую организацию — партнера по договору в неравное положение по сравнению с другими финансовыми организациями;

- ✧ согласие заключить договор лишь при условии внесения в него положений, в которых финансовая организация — партнер не заинтересована;

- ✧ установление при заключении договора необоснованно высокой (низкой) цены на предоставляемую финансовую услугу.

§ 3.5.2. Правовые меры преодоления ограничений в конкуренции и недобросовестной конкуренции

Антимонопольное законодательство запрещает:

- ✧ **неправомерные соглашения или согласованные действия финансовых организаций**, ограничивающие конкуренцию на рынке финансовых услуг;

✓ создание объединений (ассоциаций, союзов) финансовых организаций, ограничивающих конкуренцию на рынке **финансовых** услуг;

✧ принятие федеральными органами исполнительной власти, Центральным банком РФ, органами исполнительной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления нормативных правовых актов и совершение ими действий, направленных на ограничение конкуренции на рынке финансовых услуг;

✧ недобросовестную конкуренцию.

Закон о конкуренции на финансовых рынках вводит в целях преодоления ограничений в конкуренции:

✧ контроль за правомерностью соглашений и согласованных действий финансовых организаций на рынке финансовых услуг;

✧ конкурсный отбор финансовых организаций, привлекаемых для осуществления операций со средствами соответствующего бюджета.

Контроль за неправомерными соглашениями и согласованными действиями финансовых организаций (схема 3.6). *Не допускаются и признаются полностью или частично недействительными достигнутые в любой форме соглашения или согласованные действия финансовых организаций между собой либо с федеральными органами исполнительной власти, осуществляющими регулирование на рынке финансовых услуг, с федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления и с любыми юридическими лицами (за исключением соглашений или согласованных действий финансовых организаций с ЦБ РФ), если такие соглашения или согласованные действия имеют либо могут иметь своим результатом ограничение конкуренции на рынке финансовых услуг, в том числе если они прямо или косвенно направлены на:*

✧ установление (поддержание) цен (тарифов), скидок, надбавок, доплат, наценок, процентных ставок;

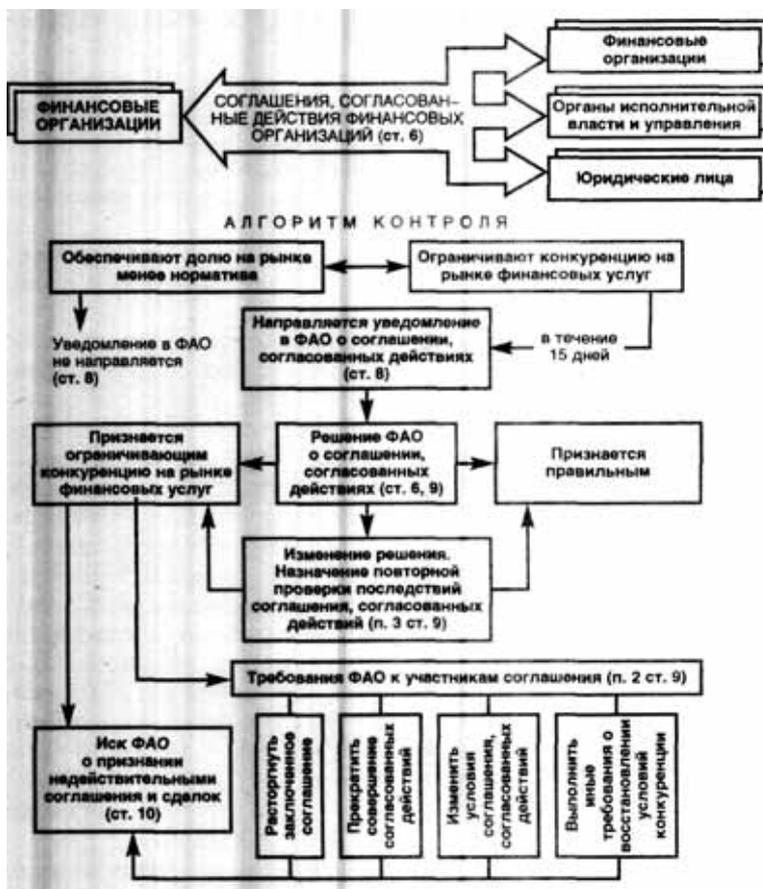
✧ повышение, снижение или поддержание цен на торгах;

✧ раздел рынка финансовых услуг по территориальному принципу, по видам предоставляемых услуг либо потребителям;

✧ ограничение доступа на рынок или устранение с него других финансовых организаций;

❖ установление необоснованных критериев членства, являющихся барьерами при вступлении в платежные и иные системы, без участия в которых конкурирующие между собой финансовые организации не смогут предоставить своим потребителям необходимые финансовые услуги, чтобы конкурировать на рынке финансовых услуг.

Во всех соглашениях или принятых решениях о согла-



С х е м а 3.6. Алгоритм контроля за соглашениями, согласованными действиями финансовых организаций, ограничивающими конкуренцию на рынке финансовых услуг

ФАО — федеральный антимонопольный орган.

В скобках — статья Федерального закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг»

сованных действиях финансовые организации направляют уведомления в федеральный антимонопольный орган, за исключением соглашений или согласованных действий, имеющих либо могущих иметь в совокупности долю на рынке финансовых услуг менее норматива, установленного Правительством РФ.

По результатам рассмотрения уведомления федеральный антимонопольный орган принимает мотивированное решение о признании соглашения или согласованных действий финансовых организаций правомерными либо ограничивающими конкуренцию на рынке финансовых услуг. При необходимости может быть назначена дополнительная проверка уведомления.

В случае признания соглашения или согласованных действий неправильным, его участники обязаны по требованию федерального антимонопольного органа либо *расторгнуть заключенное соглашение, либо прекратить совершение указанных согласованных действий*, а также *выполнить иные законные требования*, предусмотренные решением федерального антимонопольного органа *о восстановлении необходимых условий конкуренции* на рынке финансовых услуг.

Федеральный антимонопольный орган может изменить свое решение по уведомлению или назначить дополнительную проверку в случаях, если:

✧ произошли изменения в фактах, послуживших основанием для принятия решения;

✧ участники соглашения или согласованных действий нарушают предъявленные к ним требования;

✧ принятое решение основывается на недостоверной информации, полученной от участников соглашения или согласованных действий.

Соглашения или сделки, совершенные в результате согласованных действий финансовых организаций, приводящие к ограничению конкуренции на рынке финансовых услуг, *могут быть признаны недействительными* полностью или частично в судебном порядке по иску федерального антимонопольного органа.

Убытки, причиненные в результате заключения соглашения или ведения согласованных действий, ограничивающих конкуренцию и (или) ущемляющих интересы потребителей на рынке финансовых услуг, *подлежат возмещению* в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Контроль за созданием объединений (ассоциаций, союзов) финансовым организаций. Создание объединений финансовых организаций осуществляется только после получения по их ходатайству предварительного согласия федерального антимонопольного органа.

В случае, если при рассмотрении ходатайства и всей необходимой для принятия решения информации будет признано, что создание объединения (ассоциации, союза) ограничивает конкуренцию на рынке финансовых услуг, финансовые организации, участвующие в указанном объединении (ассоциации, союзе), обязаны по требованию федерального антимонопольного органа изменить условия его создания, а также выполнить иные законные требования федерального антимонопольного органа о восстановлении необходимых условий конкуренции на рынке финансовых услуг.

Действия финансовых организаций по созданию объединений (ассоциаций, союзов), приводящие к ограничению конкуренции на рынке финансовых услуг, могут быть признаны недействительными полностью или частично в судебном порядке по иску федерального антимонопольного органа. Убытки, причиненные в результате таких действий, подлежат возмещению в порядке, установленном законодательством.

Неправовые действия органов исполнительной власти и управления. Не допускается принятие нормативных правовых актов органов исполнительной власти, ЦБ РФ, органов исполнительной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления, направленных на ограничение конкуренции на рынке финансовых услуг.

Им также запрещается:

❖ *необоснованно препятствовать созданию* новых финансовых организаций на рынке финансовых услуг;

❖ *ограничивать* иначе, как на основании федерального закона, *доступ* финансовых организаций на рынок финансовых услуг *или устранять* с него финансовые организации;

❖ *препятствовать деятельности* финансовых организаций на рынке финансовых услуг;

❖ *устанавливать нормы, ограничивающие* потребителям финансовых услуг *выбор* финансовых организаций, которые их представляют;

❖ *предоставлять* одной или нескольким финансовым организациям *льготы, ставящие их в преимущественное положение* по отношению к другим финансовым организациям, работающим на одном и том же рынке финансовых услуг.

Недобросовестная конкуренция. *Недобросовестная конкуренция на рынке финансовых услуг — это действия финансовых организаций, направленные на приобретение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащие законодательству РФ и обычаям делового оборота, причиняющие или могущие причинить убытки другим финансовым организациям-конкурентам на рынке финансовых услуг либо наносящие ущерб их деловой репутации.* Такими действиями в том числе признаются:

- ✧ распространение ложных, неточных или искаженных сведений;
- ✧ некорректное сравнение своих услуг с услугами, предоставляемыми другими финансовыми организациями;
- ✧ получение, использование и разглашение информации, составляющей служебную или коммерческую тайну, без согласия ее владельца, если такие действия не предусмотрены законодательством.

Закон о конкуренции на финансовых рынках *запрещает недобросовестную конкуренцию.*

Органы исполнительной власти и управления привлекают финансовые организации для участия в проведении *открытого конкурса* для осуществления отдельных операций со средствами федерального, регионального, местного бюджета. Порядок проведения такого конкурса соответствующие органы исполнительной власти и управления согласовывают с федеральным антимонопольным органом. Этот порядок должен, в частности, предусматривать, что:

- ✧ организаторам открытого конкурса запрещается осуществлять координацию деятельности его участников, которая имеет либо может иметь своим результатом ограничение конкуренции между участниками или ущемление интересов отдельных его участников;
- ✧ ни одному из участников не могут быть созданы преимущественные условия участия в открытом конкурсе, в том числе доступ к конфиденциальной информации, уменьшение платы за участие;
- ✧ организаторы и сотрудники организаторов открытого конкурса не могут быть его участниками или аффилированными лицами по отношению к любому из участников;
- ✧ участники, являющиеся аффилированными лицами, рассматриваются как один участник;
- ✧ число участников должно быть не менее двух.

Нарушения этих и других установленных законом правил являются основанием для признания открытого конкурса несостоявшимся.

§ 3.5.3. Государственный контроль за концентрацией капитала на рынке финансовых услуг

Концентрация капитала на рынке финансовых услуг — *слияние, присоединение финансовых организаций, приобретение ими активов или акций (долей в уставном капитале) друг друга, а также приобретение третьими лицами активов или акций (долей в уставном капитале) финансовой организации.*

Государственный контроль за концентрацией капитала осуществляется в случаях:

◆ приобретения в результате одной или нескольких сделок юридическим или физическим лицом (группой лиц) *более 20% акций (долей в уставном капитале) финансовой организации;*

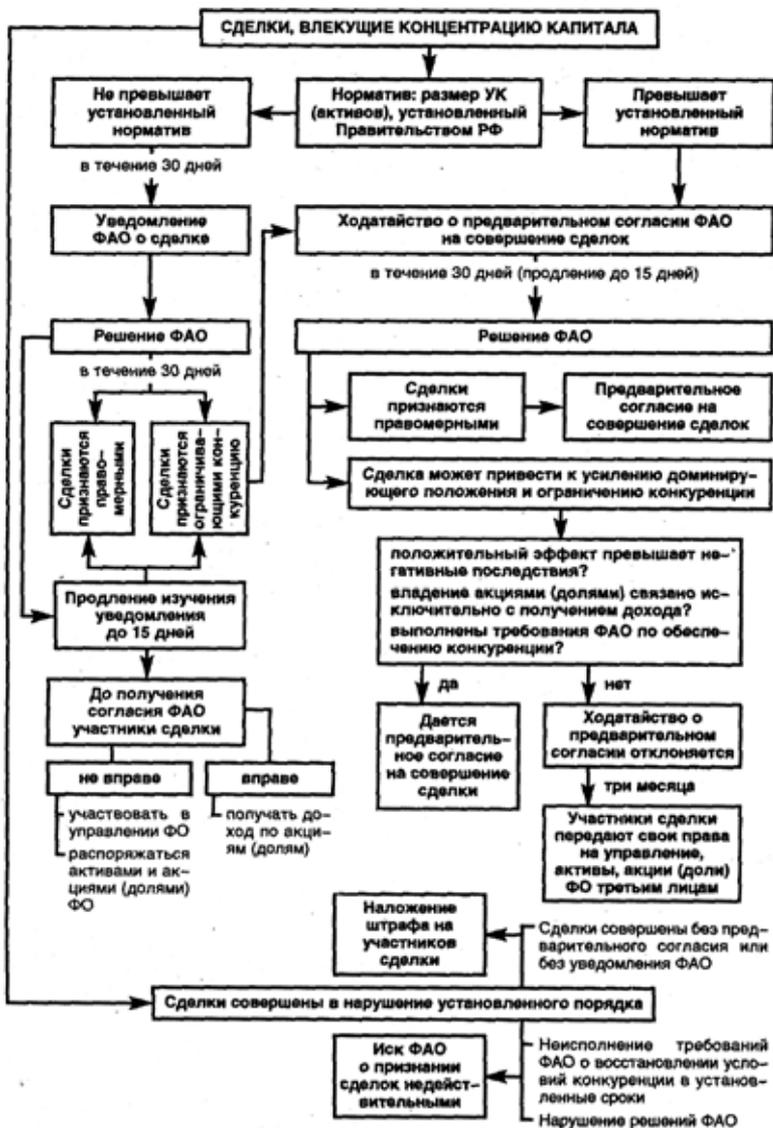
◆ приобретения в результате одной или нескольких сделок, связанных с *уступкой прав требований* юридическим или физическим лицом (группой лиц), *активов финансовой организации*, величина которых превышает величину активов финансовой организации, установленную Правительством Российской Федерации;

◆ приобретения юридическим или физическим лицом (группой лиц), в том числе на основании договора о доверительном управлении, договора о совместной деятельности или договора поручения либо иных сделок, *прав, позволяющих определять условия осуществления финансовой организацией ее предпринимательской деятельности либо осуществлять функции ее исполнительного органа;*

◆ создания финансовой организации и изменения уставного капитала финансовой организации;

◆ **слияния**, присоединения финансовых организаций.

Форма контроля дифференцируется в зависимости от размера уставного капитала, а в случае приобретения активов — размера активов финансовой организации, активы или акции которой приобретаются. Если размер уставного капитала (или активов) превышает установленный Правительством РФ норматив, участники сделок направ-



С х е м а 3.7. Алгоритм государственного контроля за концентрацией капитала на рынке финансовых услуг (ст. 16-20 Закона о конкуренции на финансовых рынках)

УК — уставной капитал, ФАО — федеральный антимонопольный орган, ФО — финансовая организация.

ляют *ходатайство* в федеральный антимонопольный орган (с приложением необходимых документов с предварительным согласием на проведение сделок). Если не превышает — направляют *уведомление* о совершенных сделках.

При этом в случаях слияния, присоединения финансовых организаций указанные требования исполняются, когда им соответствует вновь образуемая в результате слияния, присоединения финансовая организация либо хотя бы один из участников указанного слияния, присоединения.

Алгоритм государственного контроля за концентрацией капитала представлен на *схеме 3.7*.

■ КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. *Приведите понятие конкуренции как многофакторной категории.*
2. *Перечислите формы рынка и приведите краткую характеристику каждой форме. Что характеризует индекс Линда при олигополии?*
3. *Каким образом изменяется допустимая доля предприятия (продавца) на рынке по стадиям жизненного цикла спроса (по критерию доступности рынка для других конкурентов)?*
4. *Приведите понятие монополистической (несовершенной) конкуренции.*
5. *Какая цена считается монопольно высокой, какая — монопольно низкой?*
6. *Какие действия хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке, запрещаются антимонопольным законодательством?*
7. *В чем состоит мотивационный подход к конкуренции? В чем сущность и опасность рефлексивного взаимодействия конкурентов?*
8. *Охарактеризуйте взаимозаменяемость количества и качества продукции в удовлетворении потребностей.*
9. *Приведите показатели конкурентоспособности.*
10. *В чем состоят особенности конкуренции на стадии исследования и опытно-конструкторских разработок новой продукции?*
11. *Назовите правовые нормы антимонопольного законодательства, направленные на ограничение монополистической деятельности органов власти и управления.*

12. *Перечислите формы недобросовестной конкуренции.*
13. *Каковы основные задачи антимонопольных органов?*
14. *Какие виды государственного контроля возложены на антимонопольные органы?*
15. *За какие способы ограничения конкуренции установлена уголовная ответственность?*
16. *Каковы параметры конкурентной среды на товарных рынках? Каково влияние факторов конкуренции на эти параметры?*
17. *Как определяются продуктовые границы товарного рынка?*
18. *Как определяются географические границы товарного рынка?*
19. *Охарактеризуйте метод определения структуры товарного рынка.*
20. *Какое значение имеет открытость рынка для межрегиональной и международной торговли? Оцените оптимальное значение открытости рынка с позиций защиты отечественных производителей и с позиций поддержки конкуренции.*
21. *Как оценивается рыночный потенциал хозяйствующего субъекта? Каково его значение в конкурентной борьбе?*
22. *В чем заключается политика государственного регулирования структуры товарных рынков? Каковы основные направления антимонопольного регулирования товарных рынков?*
23. *Чем определяется доминирующее положение финансовой организации на рынке финансовых услуг? Приведите примеры действий, характеризующих злоупотребление доминирующим положением.*
24. *Какие соглашения и согласованные действия финансовых организаций признаются полностью или частично недействительными?*
25. *Опишите алгоритм контроля за соглашениями, согласованными действиями финансовых организаций, ограничивающими конкуренцию на финансовом рынке.*
26. *Какие действия финансовой организации признаются недобросовестной конкуренцией и запрещаются законом?*
27. *В каких случаях осуществляется контроль за концентрацией капитала?*
28. *Опишите алгоритм государственного контроля за концентрацией капитала.*

Г л а в а 4

ДОГОВОРНЫЙ РЕЖИМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В условиях рыночной экономики результаты деятельности предприятий во многом определяются разветвленной и надежной системой договорных отношений, которая предполагает широкое использование предприятиями в коммерческой и производственной деятельности различных хозяйственных договоров.

Основные правила совершения сделок, общие положения об обязательствах и договорах установлены Гражданским кодексом РФ.

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.

Договор — это соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей, то есть это двухсторонняя или многосторонняя сделка.

Заключая договор, стороны должны руководствоваться, в первую очередь, нормами ГК о сделках (имея в виду необходимость соответствия договора условиям действительности сделок); общими положениями ГК об обязательствах (правила исполнения договоров, обеспечение исполнения, установление ответственности в случае нарушения догово-



С х е м а 4.1. Соотношение сделки, договора и обязательства

ров); нормами, посвященными условиям договоров и порядку их заключения (часть этих норм относится к договорам-сделкам, а остальные — к договорам-правоотношениям).

Соотношение сделки, договора и обязательства иллюстрируется *схемой 4.1.*

§ 4. 1. СДЕЛКИ И ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В КОММЕРЧЕСКИХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ

Коммерческая деятельность может быть представлена как совокупность одно-, двух- и многосторонних сделок, создающих основания для установления, изменения и прекращения обязательств.

Сделка — это *правомерное волевое действие*, в котором отражается постановка цели сделки (чего желательно достичь) и способа ее достижения (что для этого необходимо сделать). При совершении сделки волеизъявление приобретает форму определенного действия: целенаправленное ведение переговоров о заключении сделки, подписание договора, выдача доверенности и т. д.

Сделка и договор имеют двоякое значение:

- а) основание возникновения, изменения или прекращения правоотношения;
- б) само правоотношение, которое порождает указанное основание.

Сделка может быть совершена через представителей сторон или единого *коммерческого представителя*.

Классификация сделок представлена на *схеме 4.2.*

Сделка признается действительной при соблюдении ряда условий:

- ❖ если она заключена дееспособными гражданами (частично дееспособные совершают сделки в пределах, предусмотренных законом);

- ❖ совершена на основе сознательного волеизъявления сторон, направленного на достижение правомерным способом не запрещенных законом конкретных результатов;

- ❖ если осуществлена в соответствии с целями, отвечающими уставной деятельности юридических лиц.

Сделка называется **консенсуальной**, если для признания ее состоявшейся достаточно лишь достижения согла-



С х е м а 4.2. Классификация сделок и коммерческое представительство

шения между участниками (например, договор купли-продажи); если же, кроме волеизъявления, необходимо совершение определенного действия (например, передачи денег), она называется **реальной** (например, договор займа).

Сделка может быть возмездной, когда имущественному предоставлению одной стороны (оказанию услуг, производству работ и т. д.) соответствует *встречное удовлетворение* другой стороны, и безвозмездной (например, дарение).

Сделка, по которой уплата известной *премии* дает право купить или продать ценные бумаги или товары по *установленной цене в любой день* в течение определенного периода времени либо вообще *отказаться 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** (опцион «пут»). Существуют и другие виды опционов: *опцион американский* — разновидность опциона, дающая право реализации 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 приобретается с целью последующей перепродажи на бирже в интересах получения прибыли; *опцион «при своих»* — разновидность опциона, базисная цена которого равна текущей фьючерсной цене и другие.

Сделка купли-продажи наличного товара *на условиях немедленной передачи его* носит название **спот**. Торговля биржевым товаром на основе таких сделок (как правило, сделки совершаются в течение нескольких дней со дня заключения) осуществляется на спот-рынках. Следует отметить, что в некоторых странах торги на спот-рынках характеризуются как весьма затяжной процесс. Так, на лондонских биржах применяются двух- и трехнедельные торговые периоды.

Сделки подразделяются на **односторонние** (достаточно волеизъявления одной стороны) и **двух-** или **многосторонние** (необходимо, чтобы волю выразили два или более лиц, 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). К односто-

ронним сделкам относятся: объявление торгов в виде аукциона или конкурса, составление векселя, выдача чека, выдача доверенности и др.

Из односторонней сделки обычно возникают права у других лиц. Например, из доверенности на представительство у представителя возникает право совершить сделку от имени представляемого лица.

Односторонняя сделка накладывает на лицо, которое ее совершает, определенные обязанности по отношению к адресату сделки. Так, из доверенности на представительство вытекает обязанность представляемого лица признать обязательства, которые возникнут из сделки, совершенной от его имени представителем.

Возложить своими односторонними сделками обязанность на другое лицо можно только в случаях, когда на этот счет имеется прямое указание в законе или соглашении между лицом, совершающим сделку, и лицом, на которое эта сделка возлагает обязанности. Например, если в договоре поставки продавец взял на себя обязательство отгружать товары по разнарядке покупателя, то последний, выдавая продавцу разнарядку (односторонняя сделка), возлагает на него соответствующие обязанности.

Сделки могут быть условными. К числу таких сделок относят сделки, возникновение или прекращение которых ставится в зависимость от наступления или ненаступления определенных обстоятельств.

Различают сделки с **отменительным** условием: стороны поставили прекращение прав и обязанностей в зависимость от обстоятельства, относительно которого неизвестно, наступит оно или не наступит (например, собственник здания заключает договор о сдаче его в аренду с условием, что он будет прекращен, если самому собственнику выдадут лицензию, разрешающую открыть в данном помещении трикотажное ателье), и с отлагательным условием: стороны поставили возникновение прав и обязанностей в зависимость от обстоятельства, относительно которого неизвестно, наступит оно или нет (например, тот же собственник заключает с прядильной фабрикой договор на поставку ему пряжи при условии, что он получит лицензию на право открытия трикотажного ателье).

Условная сделка определенным образом связывает стороны: они не должны недобросовестно воспрепятствовать наступлению условия, если оно невыгодно одной из сторон

или недобросовестно содействовать наступлению выгодного для одной из сторон условия. В противном случае происходит расторжение сделки. И сторона, поступившая недобросовестно, обязана возместить другой стороне убытки, вызванные расторжением сделки. Например, текстильная фабрика заключила договор поставки ей хлопчатобумажной пряжи прядильной фабрикой при условии, что она закупит технологическое оборудование для производства хлопчатобумажных тканей (отлагательное условие). Необходимое оборудование было закуплено, но текстильная фабрика заключила более выгодный договор на поставку пряжи с другой прядильной фабрикой. В этом случае текстильная фабрика обязана возместить убытки, вызванные расторжением сделки с первоначальным поставщиком пряжи.

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. Сделки во исполнение договора, заключенного в письменной форме, могут по соглашению сторон совершаться устно, если это не противоречит закону, иным правовым актам и договору.

Сделка в письменной форме должна быть совершена путем составления документа, выражающего ее содержание и подписанного лицом или лицами, совершающими сделку, или должным образом уполномоченными ими лицами. Законом, иными правовыми актами и соглашением сторон могут устанавливаться дополнительные требования, которым должна соответствовать форма сделки (совершение на бланке определенной формы, скрепление печатью и т. п.), и предусматриваться последствия несоблюдения этих требований.

Письменная форма является обязательной для сделок юридических лиц между собой и с гражданами, а также для сделок между гражданами, превышающих установленную в ГК сумму. Кроме того, нормы ГК предусматривают случаи, когда письменная форма сделки обязательна независимо от того, кто ее совершает и какова ее сумма (договор о коммерческом представительстве, доверенность, договор о залоге, поручительство, задаток, уступка требования и др.). Несоблюдение простой письменной формы сделки лишает стороны права в случае спора ссылаться в подтверждение сделки и ее условий на свидетельские показания (но не лишает их права приводить письменные и другие доказательства).

Нотариальное удостоверение сделок обязательно в случаях: а) указанных в законе; б) 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*. Обязательна регистрация права собственности, права хозяйственного ведения, права оперативного управления, права пожизненного наследуемого пользования, права постоянного пользования недвижимостью, ипотеки, сервитутов, а также иных прав в случаях, предусмотренных **законодательством**.

Несоблюдение нотариальной формы, а в случаях, установленных законом, — требования о государственной регистрации сделки влечет ее недействительность (такая сделка считается ничтожной). Однако если одна из сторон полностью или частично исполнила сделку, требующую нотариального удостоверения, а другая сторона уклоняется от такого удостоверения сделки, суд вправе по требованию исполнившей сделку стороны признать сделку действительной. Если сделка, требующая государственной регистрации, совершена в надлежащей форме, но одна из сторон уклоняется от ее регистрации, суд вправе по требованию другой стороны вынести решение о регистрации сделки. В этих случаях сторона, необоснованно уклоняющаяся от нотариального удостоверения или государственной регистрации сделки, должна возместить другой стороне убытки, вызванные задержкой в совершении или регистрации сделки.

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*). В первом случае сделка недействительна непосредственно в силу закона, и ничто не может восстановить ее юридическую силу; во втором — она сохраняет силу, если не оспорена в суде или арбитражном суде, где может быть признана недействительной.

Другие различия между указанными видами недействительных сделок состоят в том, что ничтожная сделка недействительна с самого начала ее совершения, в то время как оспоримая в зависимости от решения суда признается недействительной с момента ее заключения либо вынесения решения суда; спор о ничтожности сделки и ее послед-

ствиях может возбудить любое лицо, в то время как оспори́мая сделка признается недействительной только по заявлению заинтересованного лица.

Выделение оспоримых сделок объясняется, прежде всего, тем, что признание их недействительными в силу особых присущих им свойств не может иметь места без соответствующего заявления потерпевшей стороны (или заинтересованного лица). Например, для признания недействительности сделки, совершенной под влиянием угрозы, необходимо, чтобы сам потерпевший подтвердил, что он совершил сделку под влиянием примененного к нему воздействия. Без заявления потерпевшего это установлено быть не может.

Недействительность части сделки не влияет на ее действительность в целом, если сделка могла быть совершена и без этой части.

Гражданским кодексом РФ признаются ничтожными:

✧ сделки, несоответствующие требованиям закона или иных правовых актов, — общее основание признания сделки недействительной (*ст. 168*);

✧ сделки, в которых имеет место нарушение их формы, а в случаях, установленных законом, — требования о государственной регистрации (*ст. 165*);

✓ ценные бумаги, в которых отсутствуют обязательные реквизиты или имеет место несоблюдение установленной для них формы (*ст. 144*);

✧ сделки, совершенные с целью, заведомо противной основам правопорядка или нравственности (*ст. 169*);

✓ *мнимые* сделки, совершенные лишь для вида, без намерения создать соответствующие ей правовые последствия (*ст. 170*);

✧ *притворные* сделки, совершенные с целью прикрыть другие сделки (*ст. 170*).

Гражданским кодексом РФ предусмотрены также специальные основания признания сделки недействительной. К оспоримым сделкам, признанным таковыми ввиду наличия таких оснований, относятся:

✧ сделки юридического лица (коммерческой организации), *выходящие за пределы его правоспособности* (*ст. 173*). Закон предусматривает два обязательных условия признания таких сделок недействительными: 1) цели деятельности юридического лица ограничены им самим в учредительных документах или у юридического лица отсутствует необходимая по закону лицензия на занятие соот-

ветствующей деятельностью; 2) должно быть доказано, что вторая сторона в сделке знала или должна была знать о незаконности сделки;

✧ сделки, заключенные *без учета* существующих *ограничений полномочий лица (ст. 174)*, то есть когда лицо действует в рамках полномочий, указанных в доверенности или в законе, либо очевидных из обстановки, в которой совершается сделка, но без учета тех ограничений, которые присутствуют в договоре между представителем и представляемым или в учредительных документах. Такая сделка может быть признана судом недействительной по иску лица, в интересах которого установлены ограничения, лишь в случаях, когда будет доказано, что другая сторона в сделке знала или заведомо должна была знать об указанных ограничениях;

✧ сделки, совершенные *гражданами* хотя и дееспособными, но *находившимися* в момент совершения сделки в таком *состоянии, когда они не были способны понимать значение своих действий или руководить ими*, то есть в состоянии алкогольного или наркотического опьянения или болезни (ст. 177);

✧ сделки, совершенные *под влиянием заблуждения*, которое имеет существенное значение, то есть заблуждения относительно природы сделки либо тождества или таких качеств ее предмета, которые значительно снижают возможность его использования по назначению (ст. 178): лицо приобрело не то, что хотело;

✧ сделки, совершенные *под влиянием обмана, насилия, угрозы, злонамеренного соглашения* представителя одной стороны с другой стороной (ст. 179). Такая сделка может быть признана судом недействительной по иску потерпевшей стороны;

✧ *кабальные* сделки, которые обладают одновременно тремя признаками: совершены *на крайне невыгодных условиях*, в результате *стечения тяжелых обстоятельств* и *вынужденно*. Право оспаривать такую сделку принадлежит потерпевшей стороне.

Признание недействительности сделки влечет реституцию, а также обязанность виновника возместить *убытки* другой стороне (сторонам).

Последствия недействительности сделок. Законодательство предусматривает три варианта последствий недействительности сделок (схема 4.3):

❖ *двусторонняя реституция* (восстановление прежнего состояния), которая предполагает, что каждая из сторон передает другой стороне все полученное по сделке, а в случае невозможности возвратить полученное в натуре (в том числе, когда полученное выражается в пользовании имуществом, выполненной работе или предоставленной услуге) возмещает его стоимость в деньгах;



С х е м а 4.3. Возможные последствия недействительности двусторонней сделки

- ⇒ — двусторонняя реституция;
- ▶ — односторонняя реституция;
- -▶ — никакой реституции.

❖ *односторонняя реституция*, при которой только одна из сторон сделки имеет право на возврат того, что она передала другой стороне. Другая же сторона не имеет права на возврат своего имущества: все, что она передала другой стороне, должно быть взыскано в доход государства;

❖ *никакой реституции*: все, что получено сторонами по сделке и все причитающееся, но не полученное, взыскивается в доход государства.

Решение о том, какой из этих вариантов должен сопутствовать признанию сделки недействительной, зависит в конечном счете от того, какое из требований закона было нарушено:

- ❖ сделка по содержанию не соответствует закону;
- ❖ форма сделки не соответствует требованиям закона;
- ❖ сделка совершена недееспособным (в момент совершения сделки) лицом;
- ❖ сделка юридического лица не соответствует его правоспособности;
- ❖ волеизъявление при заключении сделки не соответствует подлинной воле.

Возможные последствия недействительности сделки, возникающие в зависимости от основания признания ее недействительной, показаны в *табл. 4.1.*

Следует обратить внимание на то, что в случае, когда суд, признавая сделку недействительной, прекращает ее действие только на будущее время (с момента вынесения решения), то и требовать возврата исполненного потерпевшая сторона при этом может лишь в той части, в которой

Т а б л и ц а 4.1. Последствия недействительности сделки

Основание недействительности сделки	Последствия недействительности сделки
Несоответствие сделок закону или иному правовому акту (общие основания не действительности сделок)	Двусторонняя реституция, если иные последствия недействительности сделки не предусмотрены законом
Нарушение формы сделки и требования о ее государственной регистрации	Двусторонняя реституция, если иные последствия недействительности сделки не предусмотрены законом
Наличие прямого или косвенного умысла на совершение сделки с целью, противной основам право порядка и нравственности	При наличии умысла у обеих сторон сделки — никакой реституции. При наличии умысла у одной из сторон сделки -- односторонняя реституция в пользу стороны, не имевшей умысла
Сделка совершена под влиянием заблуждения	Двусторонняя реституция, если иные последствия недействительности сделки не предусмотрены законом. Кроме того, сторона, по иску которой сделка признана недействительной, вправе требовать от другой стороны возмещения причиненного ей реального ущерба, если докажет, что заблуждение возникло по вине другой стороны. Если это не доказано, сторона, по иску которой сделка признана недействительной, обязана возместить другой стороне по ее требованию причиненный ей реальный ущерб, даже если заблуждение возникло по обстоятельствам, не зависящим от заблуждавшейся стороны
Сделка совершена под влиянием обмана, насилия , угрозы, злонамеренного соглашения представителя одной стороны с предста вителем другой стороны	Односторонняя реституция в пользу потерпевшей стороны. Кроме того, потерпевшему возмещается другой стороной причиненный ему реальный ущерб
Сделка совершена на крайне невыгодных условиях , из-за стечения тяжелых обстоятельств и вынужденно	Односторонняя реституция в пользу потерпевшей стороны. Кроме того, потерпевшему возмещается другой стороной причиненный ему реальный ущерб
Сделка совершена с целью ввести кого-либо в заблуждение (для вида)	Закон не предусматривает каких-либо последствий

Основание недействительности сделки	Последствия недействительности сделки
Сделка совершена с целью прикрыть другую сделку	Применяются правила, относящиеся к сделке, которую стороны имели в виду
Наличие ограничений полномочий на совершение сделки	Двусторонняя реституция
Сделка совершена без учета предусмотренных учредительными документами юридического лица ограничений, запрещающих ему совершать такие сделки	Двусторонняя реституция
Отсутствие у юридического лица необходимой по закону лицензии на занятие определенной деятельностью	Двусторонняя реституция
Совершение сделки гражданами, находившимися в состоянии, когда они не были способны понимать значение своих действий или руководить ими	Двусторонняя реституция. Кроме того, партнер по сделке обязан возместить соответствующей стороне реальный ущерб, если будет доказано, что он знал или должен был знать о нахождении другой стороны в таком состоянии, когда она не могла понимать значения своих действий и руководить ими

она не получила встречного удовлетворения к моменту вынесения судебного решения. То же, что было исполнено обеими сторонами по сделке до этого момента, не подлежит ни возврату, ни взысканию в доход государства, так как до момента вынесения соответствующего судебного решения сделка признается действительной.

Трудности правоприменительной практики о ничтожных сделках. Ничтожная сделка, как это установлено Гражданским кодексом РФ, *недействительна сама по себе, по определению, в силу закона и независимо от признания ее таковой по суду.* Однако правоприменительная практика и ведущаяся по вопросу выбора критериев деления недействительных сделок на ничтожные и оспори-мые дискуссия показывают, что далеко не всегда любое лицо без обращения в суд может устанавливать факт ничтожности сделки, который часто не бывает очевидным и бес-

спорным. Так, чтобы установить факт ничтожности сделки по основаниям, указанным в *ст. 169* ГК, необходимо доказать, что эта сделка совершена с целью, **заведомо** противной основам правопорядка или нравственности.

Следует отметить, что нормы нового ГК о ничтожных сделках более четко, чем прежних кодексов, указывают участникам гражданского оборота на возможность не исполнять ничтожную сделку, не дожидаясь решения суда о признании ее недействительной. Появление правил о ничтожных сделках, по-видимому, было направлено не придание участникам гражданского оборота большей оперативности и самостоятельности в защите своих прав и в пресечении нарушений закона. Но достигнуты ли эти цели? Трудно сказать определенно, но скорее нет, чем да. В то же время появление новых правил о ничтожных сделках привело к большей неопределенности и, следовательно, к снижению стабильности гражданского оборота. Неясность и возможность различного толкования некоторых норм, посвященных ничтожным сделкам, нередко приводит к тому, что должностные лица государственных органов берутся самостоятельно устанавливать факты ничтожности той или иной сделки.* Подобные ситуации вызваны тем, что законодатель не дал четкого ответа на вопрос о том, кто вправе устанавливать факт ничтожности сделки? По-видимому, доказывать ничтожность сделок и признавать ничтожные или оспоримые сделки недействительными должен только суд.

Представительство. Сделка может быть совершена уполномоченным на ее совершение представителем от имени другого лица (представляемого). В роли представителя должно выступать юридическое лицо (в том числе государственный или муниципальный орган) или дееспособный гражданин. Следовательно, представлять юридическое лицо может не филиал и представительство (которые являются структурными подразделениями юридического лица), а только их руководитель, наделенный для этой цели соответствующими **полномочиями**.

Основаниями для полномочий представителя служат *доверенность, закон, акт* уполномоченного на то *государственного органа* или *органа местного самоуправления*. Основаниями могут служить также правила о выражении воли

* Томилин А. *Ничтожные и оспоримые сделки: трудности правоприменительной практики* // Хозяйство и право, № 8, 1998.

путем совершения конклюдентных действий, то есть полномочие может явствовать из обстановки, в которой действует представитель (например, продавец в розничной торговле).

Доверенностью признается письменное уполномочие, выдаваемое одним лицом другому лицу для представительства перед третьими лицами. Письменное уполномочие на совершение сделки представителем может быть представлено представляемым непосредственно соответствующему третьему лицу. Доверенность на совершение сделок, требующих нотариальной формы, должна быть нотариально удостоверена, за исключением случаев, предусмотренных законом.

Объем прав на выступление от имени другого лица определяется полученными представителем от представляемого полномочиями. При отсутствии полномочий совершенная представителем сделка для представляемого является незаключенной. Следует отметить, что закон предусматривает в таких случаях защиту интересов третьих лиц, то есть тех, с кем представитель, действовавший без полномочий, заключил сделку: лицо, действовавшее от чужого имени без полномочий, само становится стороной в сделке с третьим лицом со всеми вытекающими отсюда последствиями. Закон защищает также и интересы представляемого: если представитель действовал без полномочий или с превышением полномочий, представляемый вправе одобрить заключенную представителем сделку задним числом. При этом наступают такие же последствия, как если бы в момент совершения сделки представитель имел необходимые полномочия. Например, учредители акционерного общества обычно совершают необходимые для его деятельности сделки еще до регистрации общества. По всем этим сделкам солидарную ответственность несут сами учредители. Если же общее собрание акционеров одобрит действия учредителей, то стороной в совершенной ими сделке в этом случае становится само общество.

Представитель не может совершать сделки от имени представляемого в отношении себя лично. Он не может также совершать такие сделки в отношении другого лица, представителем которого он одновременно является, за исключением случаев коммерческого представительства. Особенность правового положения представителя состоит в том, что он действует от чужого имени и в чужом интересе. Гражданское законодательство не считает представителями тех, кто выступает от собственного имени, хотя и в

чужом интересе (например, коммерческие посредники, конкурсные управляющие при банкротстве).

Коммерческое представительство. Коммерческий представитель — это предприниматель, который постоянно и самостоятельно совершает от имени предпринимателей сделки, связанные с предпринимательской деятельностью. Он вправе представлять как одну сторону в сделке (традиционное представительство), так и обе стороны (продавца и покупателя, займодавца и заемщика, подрядчика и заказчика, арендодателя и арендатора и т. п.). Эта модель коммерческого представительства иллюстрируется *схемой 4.4*. Учитывая особый характер подобного рода отношений, способных существенно затронуть интересы обеих сторон в сделке, Гражданский кодекс устанавливает ряд обязательных условий использования такой модели (*ст. 184*):

а) стороны выразили согласие на одновременное коммерческое представительство или такое представительство предусмотрено законом;

б) коммерческий представитель должен иметь прямо выраженные полномочия, предусматривающие его права на одновременное представительство. Такие полномочия могут содержаться в письменных договорах, которые обе стороны предполагаемой сделки заключили с коммерческим представителем, или в выданной каждой из них доверенности;

в) коммерческий представитель обязан исполнять данные ему поручения с заботливостью обычного предпринимателя;

г) коммерческий представитель обязан сохранять в тайне ставшие ему известными сведения о торговых сделках и после исполнения данного ему поручения.

Поскольку коммерческое представительство осуществляется в сфере предпринимательской деятельности, договоры на коммерческое представительство предполагаются возме-



С х е м а 4.4. Одновременное коммерческое представительство разных сторон сделки

здными. При этом представитель вправе требовать уплаты обусловленного вознаграждения и возмещения понесенных им при исполнении поручения издержек. Так как представитель в равной мере отражает интересы обеих сторон, то закон предусматривает выплату вознаграждения и возмещение издержек сторонами в равных долях (при отсутствии иного порядка выплаты в договорах представительства),

Следует обратить внимание на достоинства института коммерческого представительства:

✧ если перед фирмой стоит вопрос, что целесообразнее: открыть филиал или заключить договор с коммерческим представителем, то, безусловно, следует отдать предпочтение коммерческому представительству, поскольку это значительно проще, дешевле и оперативнее;

✧ с коммерческим представителем можно заключить такой договор, по которому он будет получать зарплату в зависимости, например, от количества заключенных договоров поставки, то есть финансовые отношения будут строиться на принципе «самоокупаемости»;

✧ коммерческий представитель не связан трудовыми правоотношениями с представляемым;

✧ допускается одновременное коммерческое представительство разных сторон в сделке.

На коммерческого представителя распространяются нормы Гражданского кодекса РФ, устанавливающие ответственность за нарушение обязательств. Коммерческий представитель, как и любой предприниматель, освобождается от ответственности только в одном случае — в случае форс-мажорных обстоятельств. Необходимо подчеркнуть, что к таким обстоятельствам не относятся: нарушение обязанностей со стороны партнеров коммерческого представителя, отсутствие на рынке нужных для исполнения товаров, отсутствие у должника необходимых денежных средств. Кроме того, коммерческий представитель отвечает за действия своих работников и третьих лиц.

Открывая коммерческое представительство и составляя при этом текст договора, следует подробнее определять круг прав и обязанностей коммерческого представителя, подчиненных ему лиц, а также предусматривать его договорную ответственность. Закон разрешает заключение с коммерческим представителем договора о полной материальной ответственности.

§ 4.2. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА В КОММЕРЧЕСКИХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ

Совокупность правовых норм и правовых институтов, регулирующих гражданские (в том числе коммерческие) правоотношения, возникающие из договоренности сторон, принимающих на себя определенные обязательства и приобретающих в связи с этим определенные права, составляют *обязательственное право*. Нормы и институты обязательственного права представлены на *схеме 4.5*.

Понятие и стороны обязательства. В силу обязательства одно лицо (*должник*) обязано совершить в пользу другого лица (*кредитора*) определенное действие, как-то передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и т. п. либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности.

Обязательства возникают из договора, вследствие причинения вреда, и из иных оснований, предусмотренных законодательством.

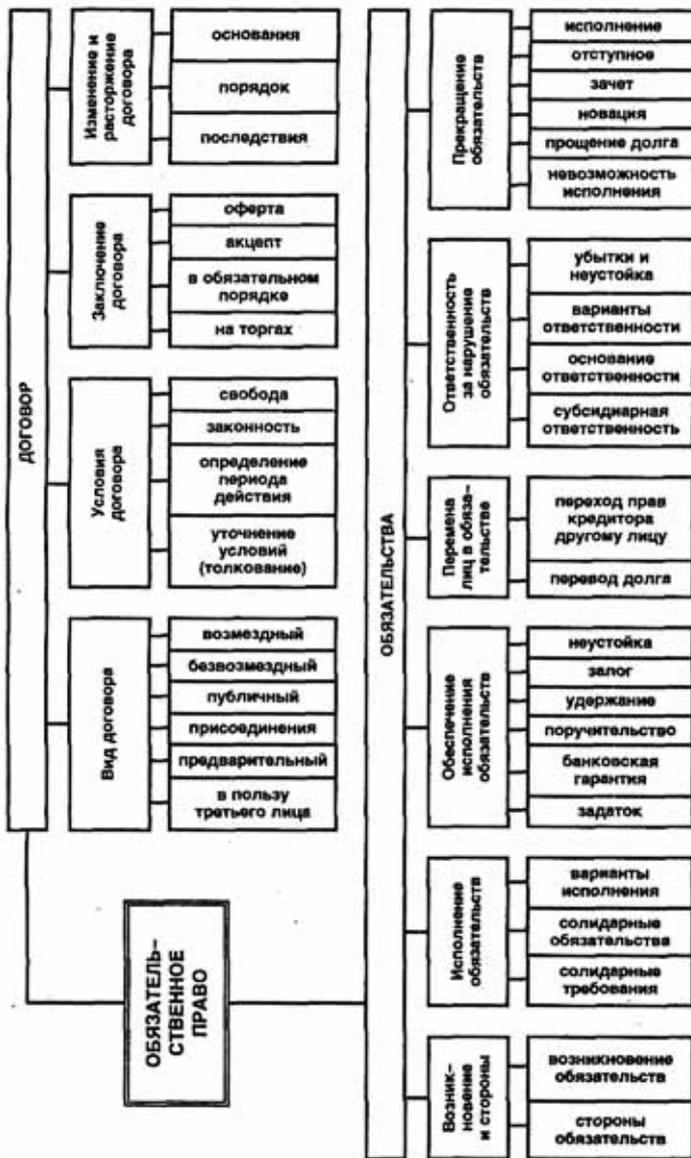
В обязательстве в качестве каждой из его сторон — кредитора или должника — могут участвовать одно или одновременно несколько лиц.

Если каждая из сторон по договору несет обязанность в пользу другой стороны, она считается должником другой стороны в том, что обязана сделать в ее пользу, и одновременно ее кредитором в том, что имеет право от нее требовать.

§ 4.2.1. Исполнение обязательств

Обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с *условиями обязательства и требованиями закона*, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с *обычаями делового оборота* или иными обычно предъявляемыми требованиями.

Односторонний отказ от исполнения обязательства и одностороннее изменение его условий не допускаются, за исключением случаев, предусмотренных законом. Односторонний отказ от исполнения обязательства, связанного с осуществлением его сторонами *предпринимательской деятельности*, и одностороннее изменение условий такого



С х е м а 4.5. Нормы и институты обязательственного права

обязательства допускаются в случаях, *предусмотренных договором*, если иное не вытекает из закона или существа обязательства. Например, договором может быть предусмотрено право покупателя на односторонний отказ от исполнения обязательств по договору поставки при условии полного возмещения поставщику возникших в связи с этим убытков. Следует отметить, что односторонний отказ покупателя от предусмотренной договором продукции (товара), если поставщиком не было допущено существенное нарушение договора, является нарушением договорных обязательств. Поэтому покупатель должен будет возместить все убытки, понесенные поставщиком от таких неправомерных действий, в том числе и упущенную выгоду. Кроме того, если договором или законодательством за такое нарушение установлены санкции, они также будут подлежать уплате.

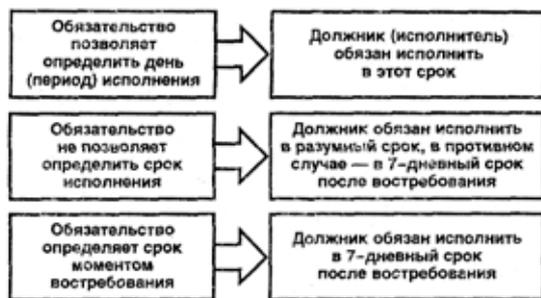
Кредитор вправе не принимать исполнения обязательства по частям, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами, условиями обязательства и не вытекает из обычаев делового оборота или существа обязательства.

Если иное не предусмотрено соглашением сторон и не вытекает из обычаев делового оборота или существа обязательства, *должник вправе* при исполнении обязательства *потребовать доказательств* того, что исполнение принимается самим кредитором или управомоченным им на это лицом, и *несет риск последствий* непредъявления такого требования.

Исполнение обязательства может быть возложено должником на третье лицо, если из закона, иных правовых актов, условий обязательства или его существа не вытекает обязанность должника исполнить обязательство лично. В этом случае кредитор обязан принять исполнение, предложенное за должника третьим лицом.

Третье лицо, подвергающееся опасности утратить свое право на имущество должника (право аренды, залога или др.) вследствие обращения кредитором взыскания на это имущество, может *за свой счет удовлетворить требование кредитора* без согласия должника. В этом случае к третьему лицу переходят права кредитора по обязательству.

Срок исполнений обязательства. Срок исполнения обязательства определяется условиями обязательства:



Досрочное исполнение обязательств, связанных с осуществлением его сторонами предпринимательской деятельности, допускается только в случаях, когда возможность исполнить обязательство до срока предусмотрена законом, иными правовыми актами или условиями обязательства либо вытекает из обычаев делового оборота или существа обязательства,

Место исполнения обязательств. Если место исполнения обязательств не определено законом, иными правовыми актами или договором, не явствует из обычаев делового оборота или существа обязательства, исполнение должно быть произведено так:

Обязательство	Место исполнения
Земельный участок, недвижимость	В месте нахождения имущества
Передача товара или иного имущества, предусматривающая его перевозку	В месте сдачи имущества первому перевозчику для доставки его кредитору
Другие обязательства предпринимателя по передаче товара или иного имущества	В месте изготовления или хранения имущества, если это место было известно кредитору в момент возникновения обязательств
Денежное обязательство	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Место жительства (нахождения) кредитора в момент возникновения обязательства ✦ Если кредитор изменил место жительства или нахождения и известил об этом должника, то исполнение производится по новому месту жительства или нахождения (расходы, связанные с переменной места исполнения, — за счет кредитора)
Иные обязательства	По месту жительства (нахождения) должника

Валюта денежных обязательств. *Денежные обязательства должны быть выражены в рублях.*

В денежном обязательстве может быть предусмотрено, что оно подлежит оплате в рублях в сумме, эквивалентной определенной сумме в иностранной валюте, или в условных денежных единицах (ЭКЮ, «специальных правах заимствования» и др.). В этом случае подлежащая уплате в рублях сумма определяется по официальному курсу соответствующей валюты или условных денежных единиц на день платежа, если иной курс или иная дата его определения не установлены законом или соглашением сторон.

Использование иностранной валюты, а также платежных документов в иностранной валюте при осуществлении расчетов на территории Российской Федерации по обязательствам допускается в случае, в порядке и на условиях, определенных законом.

Очередность погашения требований. Сумма произведенного платежа, недостаточная для исполнения денежного обязательства полностью, при отсутствии иного соглашения погашает *прежде всего издержки кредитора по получению исполнения, затем — проценты, а в оставшейся части — основную сумму долга.*

Должнику, обязанному передать кредитору одно или другое имущество либо совершить одно из двух или нескольких действий, принадлежит *право выбора*, если из закона, иных правовых актов или условий обязательства не вытекает иное.

Если в обязательстве участвуют несколько кредиторов или несколько должников, то *каждый из кредиторов имеет право требовать исполнения, а каждый из должников обязан исполнить обязательство* в равной доле с другими постольку, поскольку из закона, иных правовых актов или условий обязательства не вытекает иное.

Солидарные обязательства. Солидарная обязанность (ответственность), или солидарное требование, возникает, если солидарность обязанности или требования предусмотрена договором или установлена законом, в частности при неделимости предмета обязательства.

Обязанности нескольких должников по обязательству, связанному с предпринимательской деятельностью, равно как и требования нескольких кредиторов в таком обязательстве, являются солидарными, если законом,

иными правовыми актами или условиями обязательства не предусмотрено иное.

При солидарной обязанности должников кредитор вправе требовать исполнения как *от всех должников совместно*, так и *от любого из них в отдельности*, притом как *полностью*, так и *в части* долга.

Кредитор, не получивший полного удовлетворения от одного из солидарных должников, имеет право требовать недополученное от остальных солидарных должников.

Солидарные должники остаются обязанными до тех пор, пока обязательство не исполнено полностью.

В случае солидарной обязанности должник не вправе выдвигать против требования кредитора возражения, основанные на таких отношениях других должников с кредитором, в которых данный должник не участвует.

Исполнение солидарной обязанности полностью одним из должников освобождает остальных должников от исполнения кредитором.

Если иное не вытекает из **отношений** между солидарными должниками:

1) должник, исполнивший солидарную обязанность, имеет *право регрессного требования к остальным должникам* в равных долях за вычетом доли, падающей на него самого;

2) неуплаченное одним из солидарных должников должнику, исполнившему солидарную обязанность, падает в *равной доле на этого должника и на остальных должников.*

Данные правила применяются соответственно при прекращении солидарного обязательства зачетом встречного требования одного из должников.

Солидарные требования. При солидарности требования *любой из солидарных кредиторов вправе предъявить к должнику требование в полном объеме.*

До предъявления требования одним из солидарных кредиторов должник *вправе исполнять обязательство любому из них* по своему усмотрению.

Должник не вправе выдвигать против требования одного из солидарных кредиторов возражения, основанные на таких отношениях должника с другим солидарным кредитором, в которых данный кредитор не участвует.

Исполнение обязательства полностью одному из солидарных кредиторов освобождает должника от исполнения обязательства остальным кредиторам.

Солидарный кредитор, получивший исполнение от должника, обязан возместить причитающееся другим кредиторам в равных долях, если иное не вытекает из отношений между ними.

Исполнение обязательства внесением долга в депозит. Должник вправе внести причитающиеся с него деньги или ценные бумаги *в депозит нотариуса*, а в случаях, установленных законом, — *в депозит суда*, если обязательство не может быть исполнено должником вследствие:

1) *отсутствия кредитора* или лица, уполномоченного им принять исполнение, в месте, где обязательство должно быть исполнено;

2) *недееспособности кредитора* и отсутствия у него представителя;

3) очевидного *отсутствия определенности* по поводу того, кто является кредитором по обязательству, в частности, в связи со спором по этому поводу между кредитором и другими лицами;

4) *уклонения кредитора* от принятия исполнения или иной просрочки с его стороны.

Внесение денежной суммы или ценных бумаг в депозит нотариуса или суда считается исполнением обязательства. Нотариус или суд, в депозит которого внесены деньги или ценные бумаги, извещает об этом кредитора.

Встречное исполнение обязательств. Встречным признается исполнение обязательства одной из сторон, которое в соответствии с договором обусловлено исполнением своих обязательств другой стороной.

В случае *непредоставления* обязанной стороной обусловленного договором исполнения обязательства либо наличия обстоятельств, очевидно свидетельствующих о том, что такое исполнение не будет произведено в установленный срок, сторона, на которой лежит встречное исполнение, *вправе приостановить* исполнение своего обязательства *либо отказаться* от исполнения этого обязательства *и потребовать возмещения убытков*.

Если обусловленное договором исполнение обязательства произведено не в полном объеме, сторона, на которой лежит встречное исполнение, вправе приостановить исполнение своего обязательства или отказаться от исполнения в части, соответствующей непредоставленному исполнению.

Если встречное исполнение обязательства произведено, несмотря на непредоставление другой стороной обуслов-

ленного договором исполнения своего обязательства, эта сторона обязана предоставить такое исполнение.

Удобным способом прекращения договорного обязательства, а также своеобразным средством защиты гражданских прав является *зачет встречного* однородного *требования*. Особенности прекращения обязательства зачетом заключаются в следующем:

- ❖ одновременно прекращаются сразу два обязательства: основное и встречное;

- ❖ оба обязательства прекращаются в случае их равенства по размеру;

- ❖ зачет может быть произведен и в случае неравенства встречных обязательств, при этом большее по размеру обязательство продолжает существовать в части, превышающей меньшее;

- ❖ обязательства могут прекращаться многосторонними зачетами (это характерно, в частности, для банковской деятельности).

Применение зачета позволяет минимизировать необходимую денежную массу и способствует ликвидации неплатежей за переданные товары, произведенные работы или оказанные услуги.

Зачету могут подвергаться как обязательства, возникающие из односторонних по своей природе договоров (например, из двух договоров займа, при этом каждая из сторон выступает в качестве займодавца в одном договоре и заемщика — в другом), так и обязательства, возникающие из двух различных по своей природе договоров (например, обязательства покупателя, не оплатившего полностью полученные товары, прекращаются зачетом обязательств из договора подряда, в котором продавец выступает в роли заказчика, а покупатель — подрядчика). Возможен зачет и недоговорных обязательств (например, обязательств, вытекающих из причинения вреда имуществу одного лица, и обязательств, при которых потерпевший оказался в положении неосновательно обогатившегося по отношению к причинителю вреда).

Для зачета достаточно заявления одной стороны. Согласия другой стороны (партнера, контрагента и т. д.) для проведения зачета не требуется. Об этом следует помнить при исполнении договоров купли-продажи, поставки, мены, аренды и др. Заслуживающим внимания является также и то, что действующее гражданское законодательство не со-

держит запрета по отношению к одновременному зачету нескольких обязательств каждой из сторон, а также к зачету одновременно по обязательствам трех и более участников. Примером последнего может служить возможность предъявления к зачету требований финансового агента к должнику, основанных на его договоре с клиентом.

При проведении зачета необходимо учитывать положения статьи 411 ГК РФ «Случаи недопустимости зачета», а также общие положения о прекращении обязательств главы 26 ГК РФ.

§ 4.2.2. Обеспечение исполнения обязательств

Исполнение обязательств может обеспечиваться неустойкой, залогом, удержанием имущества должника, поручительством, банковской гарантией, задатком и другими способами, предусмотренными законом или договором (схема 4.6).

Выбор способа обеспечения исполнения обязательства во многом зависит от существа самого обязательства. Например, для обязательств, вытекающих из договоров подряда, банковского счета, предпочтительнее использовать неустойку, так как интерес кредитора заключается не в получении от должника денежной суммы, а в достижении определенного результата. Для обязательств, возникающих из договора займа, кредитного договора и т. п., лучше использовать такие способы обеспечения обязательств, как залог, банковская гарантия, поручительство.

Неустойка. Неустойкой (штрафом, пеней) признается определенная законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неис-



С х е м а 4.6. Способы обеспечения исполнения обязательств

полнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности в случае просрочки исполнения.

Смысл возмещения убытков также состоит в необходимости для должника уплатить кредитору определенную сумму. Но у неустойки имеются значительные преимущества перед возмещением убытков. Причинение убытков надо доказывать, а это не всегда возможно и не всегда просто.

Широкое **применение** неустойки в целях обеспечения договорных обязательств целесообразно прежде всего потому, что она представляет собой удобное средство упрощенной компенсации потерь кредитора. Это достаточно гибкий способ обеспечения интересов кредитора, поскольку у сторон договора есть возможность выбора того, что в наибольшей степени подходит специфике их взаимоотношений.

Неустойка бывает двух видов: *пеня* и *штраф*. Пеня устанавливается на случай просрочки исполнения и определяется в процентах по отношению к сумме обязательства, не исполненного в установленный срок. Она взыскивается непрерывно, нарастающим итогом. Штраф — неоднократно взыскиваемая неустойка. Иногда он устанавливается в твердой сумме. Чаще всего штраф выражается в процентах или иной пропорции к определенной величине.

В зависимости от сочетания неустойки с возмещением убытков различают четыре вида неустойки: зачетную, штрафную, исключительную и альтернативную. Зачетная неустойка является правилом, а остальные три — исключениями и поэтому могут применяться только при условии, если на этот счет содержится специальное указание в законе или договоре.

При *зачетной неустойке* должник обязан возместить причиненные убытки, но только в той части, которая не покрыта неустойкой. Данный вид неустойки чаще всего применяется при нарушении различных обязательств сторон по договорам поставки и строительного подряда.

Штрафная неустойка означает, что кредитор вправе требовать возмещения причиненных убытков в полной сумме сверх неустойки. Этот вид неустойки применяется, в частности, когда допущены наиболее грубые нарушения договора поставки: недопоставка или поставка недоброкачественной или некомплектной продукции.

Сущность *исключительной неустойки* состоит в том, что кредитор не имеет права на возмещение убытков сверх

и помимо неустойки. Исключительная неустойка распространена в отношениях клиентов с транспортными организациями, почтой и т. п.

При *альтернативной неустойке* у кредитора есть возможность выбора между неустойкой и возмещением убытков. Если кредитор выберет неустойку, он тем самым утрачивает право на возмещение убытков.

Предпочтение неустойки объясняется, как правило, тем, что расчет убытков может быть осложнен необходимостью доказать их размер, а неустойка определена заранее и не требует доказательств. Применяться альтернативная неустойка может, например, в отношениях между арендатором и арендодателем.

Соглашение о неустойке должно быть совершено в письменной форме независимо от формы основного обязательства.

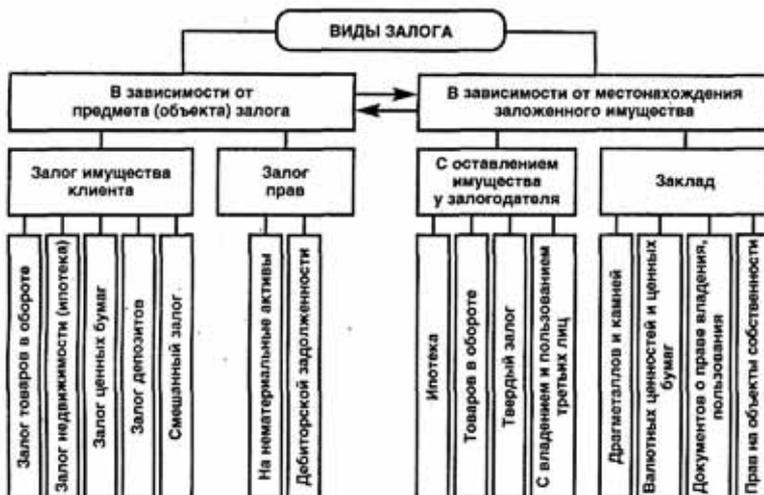
Кредитор вправе требовать уплаты неустойки, которая определена законом (*законной неустойки*), независимо от того, предусмотрена ли обязанность ее уплаты соглашением сторон.

Размер законной неустойки может быть увеличен соглашением сторон, если закон этого не запрещает.

Если подлежащая уплате неустойка явно несоразмерна последствиям нарушения обязательства, суд вправе уменьшить неустойку.

Залог. Сущность залога состоит в том, что *кредитор по обеспеченному залогом обязательству (залогодержатель) в случае неисполнения должником этого обязательства имеет преимущественное перед другими кредиторами право получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества*. Залогодержатель имеет также право получить на тех же началах удовлетворение из страхового возмещения за утрату или повреждение заложенного имущества. Таким образом, залог является инструментом первоначальной защиты предпринимателя от недобросовестного контрагента.

Предметом залога может быть всякое имущество, в том числе вещи и имущественные права (требования), за исключением имущества, изъятого из оборота. Следует отметить, что при ипотеке предприятия право залога распространяется на все входящие в его состав имущество, включая права требования и исключительные права, то есть фактически происходит залог и его нематериальных активов (права на фир-



С х е м а 4.7

менное наименование, товарный знак, производственную или торговую марку, патенты, лицензии, ноу-хау и т. п.).

Виды залога в зависимости от предмета залога и места нахождения заложенного имущества показаны на *схеме 4.7*.

Принимая во внимание, что в предпринимательских отношениях в качестве основного предмета залога применяется недвижимость и другое имущество (например, товары в обороте), используемое для предпринимательской деятельности, ГК РФ установил в качестве общего правила залог имущества без передачи его залогодержателю. Это имущество должно использоваться залогодателем и приносить ему доходы, за счет которых он будет расплачиваться со своими кредиторами, включая и залогодержателя.

При закладе залогодержатель, как правило, сохраняет за собой по отношению к заложенному имуществу все три правомочия: владение, пользование и распоряжение. Владеть и пользоваться имуществом он должен так, чтобы ценность этого имущества не уменьшилась, а распоряжаться может только при условии, если на приобретателя будет переведен долг с сохранением обеспечивающего долг залога. Возможности залогодателя при закладе, связанные с распоряжением заложенным имуществом, ограничены: вещь остается у залогодателя под замком и печатью залогодержателя либо с наложением знаков, свидетельствующих о закладе.

Если предметом залога являются ценные бумаги (облигации, чеки, векселя, акции, складские свидетельства, варранты, закладные и пр.), они могут быть переданы как залогодержателю, так и третьим лицам, либо в депозит нотариальной конторы. Рассмотрим особенности использования в качестве предмета залога складских свидетельств и закладных.

Привлекательность *складских свидетельств* как инструмента, опосредующего залоговые отношения, связана с тем, что они по определению являются «обеспеченными» ценными бумагами и не могут быть выданы товарным складом, если не было передачи товара на хранение. При заключении договора залога с применением данных ценных бумаг стороны должны в этом договоре указать, что именно находится в залоге, на что обращать взыскание и что распродавать с публичных торгов — сам товар или ценные бумаги. Однако такая детализация и уточнение воли сторон уместны лишь в случае простого складского свидетельства, и двойного складского свидетельства, не разделенного на складское и залоговое. Если же в залоге участвует складское свидетельство, отделенное от залогового, то говорить о залоге товара при передаче в залог этого свидетельства неправомерно. Для такого случая ГК РФ предусматривает особые правила: залог товара, помещенного на хранение под выданное двойное складское свидетельство, организуется путем отделения залогового свидетельства (варранта) и вручения его залогодержателю. В этой ситуации будет иметь место залог товарного наполнения, и в случае осуществления залоговых прав взыскание будет обращено именно на находящийся на складе товар. Основанием для отделения варранта и вручения его залогодержателю является договор залога в отношении хранимого на складе товара, а посредством ценной бумаги лишь удостоверяются права залога, вытекающие из этой сделки. Если не было сделки залога, то и отделение варранта неправомерно.

Двойное складское свидетельство используется, как правило, при залоговом обеспечении банковского кредита, коммерческого кредита и реструктуризации кредиторской задолженности. В договоре о предоставлении банковского кредита заемщик и банк должны указать, что обязательства заемщика по возврату кредита и уплате процентов по нему обеспечиваются залогом товара, помещенного на хранение под выданное складское свидетельство. Право залога здесь удостоверяется с помощью залогового свидетельства, кото-

рое отделяется от двойного свидетельства и вручается банку по первой передаточной надписи. В случаях, когда стороны предусматривают отсрочку части платежа за товар при его перепродаже (одна из форм коммерческого кредита), продавец товара продает не реальный товар, а складское свидетельство, оставляя залоговое у себя. До тех пор, пока держатель складской части не оплатит сумму коммерческого кредита, ему не возвращается вarrant и он не имеет возможности востребовать товар со склада. В случае, когда держатель двойного складского свидетельства имеет просроченную задолженность перед кредиторами, залогом обеспечивается эта задолженность. При этом стороны договариваются об отсрочке платежа и приостановлении штрафных санкций. Составляется самостоятельный договор залога (договор реструктуризации), в силу которого неисполненное денежное обязательство обеспечивается залогом товара (кредитору вручается залоговое свидетельство). Чтобы складская часть, остающаяся в распоряжении должника, не потеряла своей стоимости, необходимо, чтобы стоимостная оценка товара, помещенного на хранение, была бы выше, чем сумма задолженности, обеспеченная залогом этого товара. Так же можно проводить реструктуризацию задолженности любого происхождения (коммерческой, налоговой, задолженности перед внебюджетными фондами и т. п.).

Понятие закладной введено Федеральным законом «Об ипотеке (залоге недвижимости)». Закладная предоставляет ее собственнику право требовать исполнения обязательства, обеспеченного залогом недвижимости, и в случае невыполнения получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества. Являясь ценной бумагой (имуществом), закладная сама может являться предметом залога. Особенностью залога закладной является ограничение: законный владелец закладной вправе заложить ее только в обеспечение своего обязательства или обязательства первоначального владельца закладной. Закон предоставляет сторонам два варианта передачи закладной в залог:

1. Закладная передается залогодержателю закладной без проставления на ней каких-либо передаточных надписей. В этом случае при неисполнении обязательства, обеспеченного залогом закладной, ипотечный залогодержатель обязан по требованию залогодержателя закладной передать ему свои *права по закладной*. Полученные в результате реализации этих прав суммы залогодержатель закладной обязан **напра-**

вить на погашение обязательства, обеспеченного залогом закладной, а оставшуюся сумму -- на погашение долга по обязательству, послужившему основанием выдачи закладной.

2. Для передачи в залог на закладной делается специальная передаточная надпись, предоставляющая право залогодержателю закладной по истечении указанного срока продать закладную с тем, чтобы удержать из вырученных денег сумму обеспеченного ее залогом обязательства.

Рассматриваемый институт права (залог) содержит следующие нормы:

1. *Залог возникает в силу договора, а также на основании закона* при наступлении указанных в нем обстоятельств.

Залогодателем может быть как сам должник, так и третье лицо.

Залогодателем вещи может быть ее собственник либо лицо, имеющее на нее право хозяйственного ведения.

Залогодателем права может быть лицо, которому принадлежит закладываемое право.

Залог права аренды или иного права на чужую вещь не допускается без согласия ее собственника или лица, имеющего на нее право хозяйственного ведения.

Предприятия, за которыми государственное имущество (в том числе нематериальные активы, включая счета дебиторской задолженности) закреплено на основе полного хозяйственного ведения, а также учреждения, зарегистрированные в качестве предпринимателей, за которыми государственное имущество закреплено на правах оперативного управления, осуществляют залог с согласия комитета по управлению государственным имуществом.

Согласие комитета по управлению имуществом на передачу в залог товаров, находящихся в обороте или переработке, авторских прав, патентов и технологий не требуется.

Договор о залоге должен быть заключен в *письменной форме*. В нем должны быть указаны предмет залога и его оценка, существо, размер и срок исполнения обязательства, обеспечиваемого залогом, указание на то, у какой из сторон находится заложенное имущество. Для залога недвижимости, предприятий, зданий, гражданских, воздушных, морских, речных судов, подвижного состава железных дорог требуется нотариальное удостоверение сделок. Для залога земли, предприятий, транспортных средств введена государственная регистрация. К числу специальных

случаев, на которые распространяется правило об обязательной регистрации, отнесены автотранспортные средства и приравненные к ним маломерные суда.

Для сдачи в залог имущества, составляющего общую совместную собственность, необходимо получить согласие остальных собственников. Участники общей долевой собственности самостоятельно решают вопрос о сдаче в залог своей доли.

Договор об ипотеке должен быть нотариально удостоверен и подлежит государственной регистрации. Если в договоре об ипотеке указано, что права залогодержателя удостоверяются закладной, вместе с таким договором нотариусу представляется закладная.

2. *Залогодатель или залогодержатель* в зависимости от того, у кого из них находится заложенное имущество, *обязан*, если иное не предусмотрено законом или договором:

а) *страховать* за счет залогодателя заложенное имущество от риска утраты и повреждения;

б) *принимать меры*, необходимые для обеспечения его *сохранности*;

в) немедленно *уведомлять* другую сторону о *возникновении угрозы утраты или повреждения* заложенного имущества.

Залогодатель несет риск случайной гибели или случайного повреждения заложенного имущества, если иное не предусмотрено договором о залоге. Залогодержатель отвечает за полную или частичную утрату или повреждение переданного ему предмета залога, если не докажет, что может быть освобожден от ответственности.

3. *Залогодатель вправе*, если иное не предусмотрено договором и не вытекает из существа залога:

а) *пользоваться предметом залога* в соответствии с его назначением, в том числе извлекать из него плоды и доходы;

б) *отчуждать* с согласия залогодержателя *предмет залога*, *передавать его в аренду* или *безвозмездное пользование другому лицу* либо иным образом распоряжаться им.

Залогодержатель вправе пользоваться переданным ему предметом залога лишь в случаях, предусмотренных договором, регулярно представляя залогодателю *отчет о пользовании*. По договору на залогодержателя может быть возложена обязанность извлекать из предмета залога плоды и доходы *в целях погашения основного обязательства или в интересах залогодателя*.

4. *Взыскание на заложенное имущество для удовлетворения требований залогодержателя (кредитора)* может быть обращено в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения должником обеспеченного залогом обязательства *по обстоятельствам, за которые он отвечает.*

Требования залогодержателя (кредитора) удовлетворяются из стоимости заложенного недвижимого имущества по решению суда или без обращения в суд на основании нотариально удостоверенного соглашения залогодержателя с залогодателем, заключенного после возникновения оснований для обращения взыскания на предмет залога.

Требования залогодержателя удовлетворяются за счет заложенного *движимого имущества* по решению суда, если иное не предусмотрено соглашением залогодателя с залогодержателем. Однако на предмет залога, *переданный залогодержателю*, взыскание может быть обращено *в порядке, установленном договором о залоге.*

Взыскание на предмет залога может быть обращено *только по решению суда* в случаях, когда:

- 1) для заключения договора о залоге требовалось согласие или разрешение другого лица или органа;
- 2) предметом залога является имущество, имеющее значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества;
- 3) залогодатель отсутствует и установить место его нахождения невозможно.

5. *Реализация (продажа) заложенного имущества*, на которое обращено взыскание, *производится путем продажи с публичных торгов* в порядке, установленном процессуальным законодательством.

По просьбе залогодателя суд вправе в решении об обращении взыскания на заложенное имущество отсрочить его продажу с публичных торгов на срок до одного года. Отсрочка не затрагивает прав и обязанностей сторон по обязательству и не освобождает должника от возмещения возросших за время отсрочки убытков кредитора и неустойки.

Если сумма, вырученная при реализации заложенного имущества, недостаточна, залогодержатель имеет право получить недостающую сумму из прочего имущества должника. Если эта сумма превышает размер обеспеченного залогом требования, разница возвращается залогодателю.

Должник и залогодатель, являющийся третьим лицом, вправе в любое время до продажи предмета залога прекра-

тить обращение на него взыскания и его реализацию, исполнив обеспеченное залогом обязательство или ту его часть, исполнение которой просрочено.

6. Залогодержатель *вправе потребовать досрочного исполнения обеспеченного залогом обязательства* в случаях:

а) если предмет залога выбыл из владения залогодателя, у которого он был оставлен, не в соответствии с условиями договора о залоге;

б) нарушения залогодателем правил о замене предмета залога;

в) утраты предмета залога по обстоятельствам, за которые залогодержатель не отвечает, если залогодатель не воспользовался правом замены.

Залогодержатель *вправе потребовать досрочного исполнения обеспеченного залогом обязательства*, а если его требование не будет удовлетворено, *обратить взыскание на предмет залога* в случаях:

а) нарушения залогодателем правил о последующем залоге;

б) невыполнения залогодателем обязанностей по содержанию и обеспечению сохранности заложенного имущества;

в) нарушения залогодателем правил о распоряжении заложенным имуществом.

7. *Залог прекращается:*

а) с прекращением обеспеченного залогом обязательства;

б) по требованию залогодателя при грубом нарушении залогодержателем обязанностей по содержанию и обеспечению сохранности имущества;

в) в случае гибели заложенной вещи или прекращения заложенного права, если залогодатель не воспользовался правом восстановления или замены предмета залога;

г) в случае продажи с публичных торгов заложенного имущества, а также в случае, когда его реализация оказалась невозможной.

О прекращении ипотеки должна быть сделана отметка в реестре, в котором зарегистрирован договор об ипотеке.

При прекращении залога залогодержатель, у которого находилось заложенное имущество, обязан немедленно вернуть его залогодателю.

8. *В случае перехода права собственности на заложенное имущество или права хозяйственного ведения им от залогодателя к другому лицу* в результате возмездного или безвозмездного отчуждения этого имущества либо в порядке универсального правопреемства *право залога сохраняет силу.*

Правопреемник залогодателя становится на место залогодателя и несет все его обязанности. Если правопреемников несколько, каждый из них несет обязательства соразмерно перешедшей к нему части имущества. Однако если предмет залога остается в общей собственности правопреемников, они становятся солидарными залогодателями.

9. Залогодержатель вправе передать свои права по договору о залоге другому лицу с соблюдением правил о передаче прав кредитора путем уступки требования, если тому же лицу уступлены права требования к должнику по основному обязательству, обеспеченному залогом.

Если не доказано иное, уступка прав по договору об ипотеке означает и уступку прав по обеспеченному ипотекой обязательству.

С переводом на другое лицо долга по обязательству, обеспеченному залогом, залог прекращается, если залогодатель не дал кредитору согласия отвечать за нового должника.

10. Залогом товаров в обороте признается залог товаров с оставлением их у залогодателя и с предоставлением ему права изменять состав и натуральную форму заложенного имущества (товарных запасов, сырья, материалов, полуфабрикатов, готовой продукции и т. п.) при условии, что их общая стоимость не становится меньше указанной в договоре о залоге.

Уменьшение стоимости заложенных товаров в обороте допускается соразмерно исполненной части обеспеченного залогом обязательства, если иное не предусмотрено договором.

Товары в обороте, отчужденные залогодателем, перестают быть предметом залога с момента их перехода в собственность, хозяйственное ведение или оперативное управление приобретателя, а приобретенные залогодателем товары, указанные в договоре о залоге, становятся предметом залога.

Приведем пример залога из области предпринимательской деятельности. Акционерное общество «АвтоЗИЛ» находилось на грани банкротства. Учитывая негативные для Москвы социально-экономические последствия банкротства этого крупного предприятия, московское правительство приобрело контрольный пакет акций «АвтоЗИЛа» и стало способствовать ему в привлечении кредитов. Кредит в 240 млрд. рублей сроком на один год был получен от консорциума банков под залог акций столичной гостиницы «Россия». Условия кредита должны были позволить заводу ускоренными темпами наращивать выпуск автомобилей: ос-

новая часть долга будет погашаться в течение последних месяцев срока кредита.

Заметим, что консорциум банков в данном случае выдал кредит не только под залог акций, но и под залог имущества московского правительства.

Эффективность залога как способа исполнения обязательства зависит от финансового состояния заемщика и качества заложенного имущества. Критерии качества заложенного имущества определяются длительностью его хранения и ликвидностью. Учитывая, что спрос на товары, ценные бумаги и другое имущество может изменяться, необходимо правильно оценивать стоимость обеспечения. При этом важна его стоимость в будущем, поэтому стоимость заложенного имущества, как правило, выше суммы выдаваемого кредита. Данное правило создает банку дополнительную гарантию возврата кредита на случай возникновения непредвиденных обстоятельств.

При принятии решения о выборе залога в качестве способа обеспечения обязательств следует учитывать недостатки залога. Основными *недостатками* залога являются:

1. Залог не дает кредитору в большинстве случаев уверенности в том, что его требования будут быстро и полностью удовлетворены, поскольку обращение взыскания на предмет залога осуществляется чаще всего по решению суда, после чего следует процедура реализации, требующая значительных средств и времени.

2. Так как неплательщиками кредитов обычно являются организации, зарегистрированные в качестве недоимщиков по платежам в бюджетные и внебюджетные фонды, при недостаточности денежных средств на их текущих и расчетных счетах удовлетворение предъявленных к ним требований осуществляется в очередности, установленной ГК РФ.

3. Если одно и то же имущество передается в залог неоднократно и каждый последующий кредитор-залогодержатель не знает о том, что его обязательство обеспечивается залогом ранее уже заложенного имущества, то это отрицательно сказывается на погашении долга последующим залогодержателям.

4. Довольно часто предметом залога являются неликвидные товары, которые не всегда можно продать или которые продаются с убытком, что приводит к несвоевременному возврату кредита или к его непогашению.

Удержание. *Кредитор, у которого находится вещь, подлежащая передаче должнику, вправе в случае неисполнения должником в срок обязательства по оплате этой вещи или возмещению кредитору связанных с нею издержек и других убытков удерживать ее до тех пор, пока соответствующее обязательство не будет исполнено.*

Удержанием вещи могут обеспечиваться также требования, возникшие из обязательства, стороны которого действуют как предприниматели.

Особенностью данного способа обеспечения исполнения обязательства является то, что кредитор наделен правом удерживать вещь должника непосредственно, то есть для реализации этого права кредитору не требуется, чтобы возможность удержания вещи должника была предусмотрена договором. Однако сторонам предоставлено право предусмотреть в договоре условие, исключающее применение этого способа обеспечения исполнения обязательства.

В роли кредитора, располагающего правом удерживать вещь должника, может выступать, например, перевозчик по договору перевозки, не выдающий груз получателю до полного расчета за выполненную перевозку; подрядчик, не передающий заказчику созданную им вещь до оплаты выполненной работы, и т. п.

Кредитор может удерживать находящуюся у него вещь, несмотря на то, что после того, как эта вещь поступила во владение кредитора, права на нее приобретены третьим лицом. Требования кредитора, удерживающего вещь, удовлетворяются из ее стоимости в том же порядке, как и при залоге.

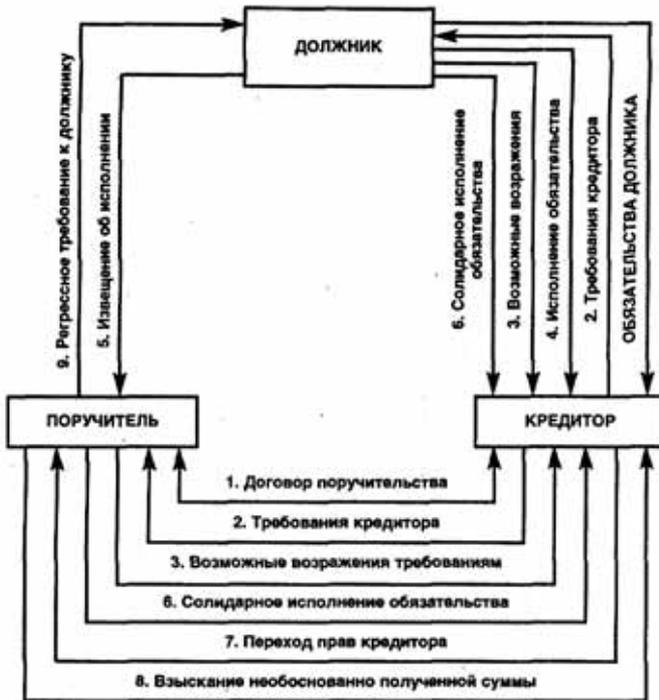
Поручительство. *По договору поручительства поручитель обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение последним его обязательства полностью или в части.*

Договор поручительства может быть заключен также для обеспечения обязательства, которое возникнет *в будущем*.

Алгоритм поручительства приведен на *схеме 4.8*.

При неисполнении или ненадлежащем исполнении должником обеспеченного поручительством обязательства *поручитель и должник отвечают перед кредитором солидарно*, если законом или договором поручительства не предусмотрена субсидиарная ответственность поручителя.

Следует отметить, что в случае субсидиарной ответственности поручителя кредитор, прежде чем предъявить требование к поручителю, должен обратиться своим пись-



С х е м а 4.8. Алгоритм поручительства
 (цифрами обозначена последовательность действий сторон)

менным требованием к основному должнику. Отказ последнего от удовлетворения этого требования либо неполучение от должника ответа в разумный срок дают кредитору право обратиться непосредственно к поручителю.

Поручитель отвечает перед кредитором в том же объеме, как и должник, включая уплату процентов, возмещение судебных издержек по взысканию долга и других убытков кредитора, вызванных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательства должником, если иное не предусмотрено договором поручительства. При этом необходимо иметь в виду, что законодательство не устанавливает ответственности перед кредитором поручителя за ненадлежащее исполнение последним своих обязательств по договору поручительства.

Поручитель вправе выдвигать против требования кредитора возражения, которые мог бы представить должник, ес-

ли иное не вытекает из договора поручительства. Поручитель не теряет право на эти возражения даже в том случае, если должник от них отказался или признал свой долг.

К поручителю, исполнившему обязательство, переходят права кредитора по этому обязательству и права, принадлежавшие кредитору как залогодержателю, в том объеме, в котором поручитель удовлетворил требование кредитора. Поручитель также вправе требовать от должника уплаты процентов на сумму, выплаченную кредитору, и возмещения иных убытков, понесенных в связи с ответственностью за должника.

По исполнении поручителем обязательства кредитор обязан вручить поручителю документы, удостоверяющие требование к должнику, и передать права, обеспечивающие это требование.

Должник, исполнивший обязательство, обеспеченное поручительством, обязан немедленно известить об этом поручителя. В противном случае поручитель, в свою очередь исполнивший обязательство, вправе взыскать с кредитора неосновательно полученное либо предъявить регрессное требование к должнику. В последнем случае должник вправе взыскать с кредитора лишь неосновательно полученное. Указанная правовая норма усиливает ответственность должника: его действия должны быть направлены на *избежание двойного исполнения обязательства*, то есть с его стороны и со стороны поручителя одновременно.

Поручительство прекращается:

- ◆ с прекращением обеспеченного им обязательства, а также в случае изменения этого обязательства, влекущего повышение ответственности или иные неблагоприятные последствия для поручителя, без согласия последнего;

- ◆ с переводом на другое лицо долга по обеспеченному поручительством обязательству, если поручитель не дал кредитору согласия отвечать за нового должника;

- ◆ если кредитор отказался принять надлежащее исполнение, предложенное должником или поручителем;

- ▽ по истечении указанного в договоре поручительства срока, на который оно дано.

Если такой срок не установлен, оно прекращается, если кредитор в течение года со дня наступления срока исполнения обеспеченного поручительством обязательства не предъявит иск к поручителю. Когда срок исполнения основного обязательства не указан и не может быть определен или оп-

ределен момент востребования, поручительство прекращается, если кредитор не предъявит иск к поручителю в течение двух лет со дня заключения договора поручительства.

Учитывая особенности договора поручительства, следует иметь в виду следующее:

✧ ответственность поручителя должна быть указана в тексте договора в обязательном порядке, в противном случае поручитель отвечает перед кредитором в том же объеме и так же, как и должник;

✧ договор поручительства, применяемый чаще всего в финансовых правоотношениях по займу, залогу и т. п., предполагает прежде всего личностные, доверительные отношения. Не зная «личности» должника, его имущественного положения, поручительство давать не следует;

✧ законодательство не запрещает поручителю в обеспечение своей обязанности перед кредитором заключить с должником договор смешанного типа, например договор залога имущества должника в обеспечение договора поручительства перед кредитором.

Банковская гарантия. *В силу банковской гарантии банк, иное кредитное учреждение или страховая организация (гарант) дают по просьбе другого лица (принципала) письменное обязательство уплатить кредитору принципала (бенефициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по представлении бенефициаром письменного требования об ее уплате.*

Алгоритм банковской гарантии представлен на схеме 4.9.

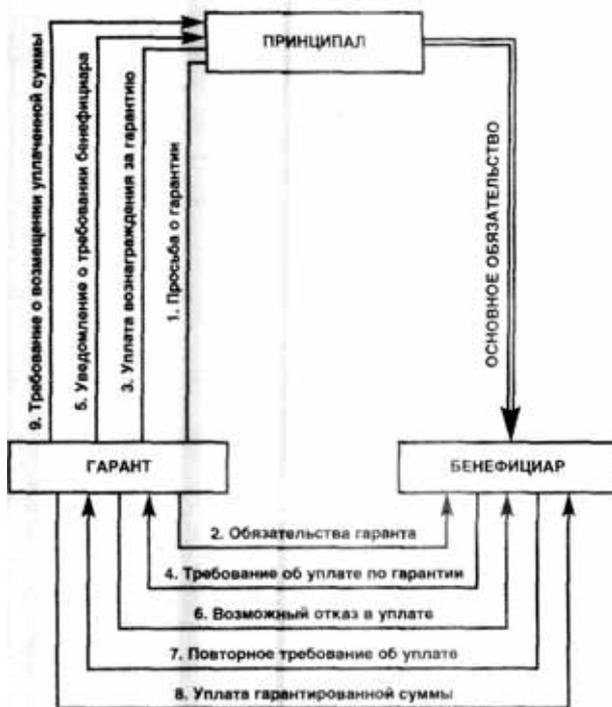
Банковская гарантия обеспечивает надлежащее исполнение принципалом его обязательства перед бенефициаром (основного обязательства).

За выдачу банковской гарантии принципал уплачивает гаранту вознаграждение.

Предусмотренное банковской гарантией обязательство гаранта перед бенефициаром не зависит в отношениях между ними от того основного обязательства, в обеспечение исполнения которого она выдана, даже если в гарантии содержится ссылка на это обязательство.

Банковская гарантия не может быть отозвана гарантом, если в ней не предусмотрено иное.

Принадлежащее бенефициару по банковской гарантии право требования к гаранту не может быть передано другому лицу, если в гарантии не предусмотрено иное.



С х е м а 4.9. Алгоритм банковской гарантии
(цифрами обозначена последовательность действий сторон)

Требование бенефициара об уплате денежной суммы по банковской гарантии должно быть представлено гаранту в письменной форме с приложением указанных в гарантии документов до окончания определенного в гарантии срока. В требовании или приложении к нему бенефициар должен указать, в чем состоит нарушение принципалом основного обязательства, в обеспечение которого выдана гарантия.

По получении требования бенефициара гарант должен без промедления уведомить об этом принципала и передать ему копии требования со всеми относящимися к нему документами. Гарант должен рассмотреть требование бенефициара в разумный срок и проявить разумную заботливость, чтобы установить, соответствует ли это требование условиям гарантии.

Гарант отказывает бенефициару в удовлетворении его требования, если это требование либо приложенные к нему документы не соответствуют условиям гарантии либо

представлены гаранту по окончании определенного в гарантии срока. Гарант должен немедленно уведомить бенефициара об отказе удовлетворить его требование.

Если гаранту до удовлетворения требования бенефициара стало известно, что основное обязательство, обеспеченное банковской гарантией, полностью или в соответствующей части уже исполнено, прекратилось по иным основаниям либо недействительно, он должен немедленно сообщить об этом бенефициару и принципалу.

Полученное гарантом после такого уведомления повторное требование бенефициара подлежит удовлетворению гарантом, то есть даже в тех случаях, когда гаранту стало известно, что обеспеченное гарантией обязательство уже исполнено должником или прекращено, он не наделен правом отказать бенефициару в удовлетворении его требований.

Право гаранта потребовать от принципала в порядке регресса возмещения сумм, уплаченных бенефициару по банковской гарантии, определяется соглашением гаранта с принципалом, во исполнение которого была выдана гарантия.

Обязательство гаранта перед бенефициаром по гарантии прекращается:

- ✧ уплатой бенефициару суммы, на которую выдана гарантия;
- ✧ окончанием определенного в гарантии срока, на который она выдана;
- ✧ вследствие отказа бенефициара от своих прав по гарантии и возвращения ее гаранту или письменного уведомления об освобождении гаранта от его обязательств.

Рассмотренная специфика банковской гарантии делает ее самым надежным способом обеспечения исполнения обязательств.

Задаток. Задатком признается денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счет причитающихся с нее по договору платежей другой стороне, в доказательство заключения договора и в обеспечение его исполнения.

Задаток отличается от других способов защиты обязательств тем, что сразу же обеспечивает выполнение трех функций:

- ✧ *удостоверяющей* — удостоверяет факт начала исполнения обязательства;
- ✧ *обеспечительной* — обеспечивает часть обязательства;
- ✧ *платежной* — является формой платежа.

Кроме того, задаток имеет следующие специфические черты:

- ❖ он обеспечивает лишь те обязательства, которые возникают из договоров;
- ❖ выполняет роль доказательства заключения договора;
- ❖ задатком обеспечивается лишь исполнение денежных обязательств.

Соглашение о задатке независимо от его суммы должно быть заключено в *письменной форме*. Если имеются сомнения в том, является ли уплаченная сумма задатком (в частности, вследствие несоблюдения правила о простой письменной форме соглашения о задатке), то в этом случае внесенная денежная сумма признается авансом, если не будет доказано другое. Законодательство предусматривает возвращение уплаченной денежной суммы стороне, внесшей задаток, в случае, когда обязательство, обеспеченное задатком, прекращается по основаниям, установленным законом, до начала его исполнения.

Задаток как способ обеспечения договорного обязательства прежде всего имеет целью предотвратить неисполнение договора. Этой цели служат и правовые нормы о последствиях неисполнения обязательства, обеспеченного задатком. Если за неисполнение обязательства ответственна сторона, давшая задаток, он остается у другой стороны. Если же за неисполнение обязательства ответственна сторона, получившая задаток, она обязана уплатить стороне, внесшей задаток, двойную сумму задатка. Необходимо отметить, что данные правила применяются лишь в ситуации, когда соответствующее обязательство не исполнено сторонами в полном объеме, и не распространяются на случаи ненадлежащего исполнения договорных обязательств.

Неисполнение обязательства влечет возмещение убытков: если в договоре не предусмотрено иное, убытки подлежат возмещению с зачетом суммы задатка. При этом, если за неисполнение договора отвечает сторона, давшая задаток, она должна возместить убытки в части, превышающей сумму задатка; если отвечает сторона, получившая задаток, другая сторона (предоставившая задаток) может потребовать уплаты двойной суммы задатка и, сверх того, возмещения убытков в части, превышающей однократную сумму задатка.

Задаток может выступать в качестве способа обеспечения договорных обязательств, сторонами в которых явля-

ются как физические, так и юридические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

§ 4.2.3. Перемена лиц в обязательстве

Переход прав кредитора к другому лицу. Право (требование), принадлежащее кредитору на основании обязательства, может быть передано им другому лицу по сделке (уступка требования) или перейти к другому лицу на основании закона.

Для перехода прав кредитора к другому лицу согласие должника не требуется, если иное не предусмотрено законом или договором. Если должник не был письменно уведомлен о состоявшемся переходе прав кредитора к другому лицу, новый кредитор будет нести все неблагоприятные последствия, вызванные отсутствием такого уведомления. В частности, если должник исполнит обязательство первоначальному кредитору, он будет считаться свободным от своих обязательств.

Важным является определение состава и объема обязательств, которые получает новый кредитор в результате перехода прав от прежнего кредитора: если иное не предусмотрено законом или договором, право первоначального кредитора переходит к новому в том объеме и на тех условиях, которые существовали к моменту перехода права. Так, к новому кредитору переходят права, обеспечивающие исполнение обязательства, а также другие связанные с требованием права, в том числе право на неуплаченные проценты.

Следует отметить, что истечение срока действия договора не является основанием прекращения обязательства. Поэтому, например, обязательство сохраняет силу для поставщика (восполнить недопоставку), для продавца (передать недостающие товары) и т. п. Сохраняются определенные обязанности в этом случае и на другой стороне, в частности в отношении покупателя по договорам купли-продажи или поставки (оплатить товары). Перемена кредитора в таком обязательстве путем уступки права требования будет одновременно означать и перевод долга, который требует согласия другой стороны в обязательстве. По этим причинам сделка о переуступке требования может быть признана судом недействительной.

Первоначальный кредитор, уступивший требование, *отвечает* перед новым кредитором за *недействительность* переданного ему требования, но не отвечает за неисполнение этого требования должником, кроме случая, когда первоначальный кредитор принял на себя поручительство за должника перед новым кредитором.

Если для должника существенное значение имеет личность кредитора, то уступка требований по обязательству не допускается без согласия должника.

Права кредитора по обязательству переходят к другому лицу в силу закона либо при наличии указанных в законе обстоятельств в случаях, когда:

❖ имеет место *универсальное правопреемство в правах кредитора*, например при реорганизации юридического лица в форме слияния, присоединения, преобразования, выделения или разделения. Во всех случаях реорганизации юридических лиц документом, позволяющим решать вопросы, связанные с правопреемством, является передаточный акт или разделительный баланс;

❖ имеется *решение суда о переводе прав кредитора на другое лицо* (когда возможность такого перевода предусмотрена законом). Так, при продаже доли в праве общей собственности постороннему лицу с нарушением преимущественного права покупки любой участник долевого собственности имеет право в течение трех месяцев требовать в судебном порядке перевода на него прав и обязанностей покупателя);

❖ *обязательство должника исполнено его поручителем или залогодателем, не являющимся должником по этому обязательству*;

❖ *страховщик при наступлении страхового случая выплачивает страхователю или иному лицу, в пользу которого заключен договор, страховое возмещение, а также возместил в пределах страховой суммы необходимые расходы, произведенные в целях уменьшения ущерба, подлежащего возмещению*, К такому страховщику переходит в пределах выплаченной суммы право требования, которое страхователь или иное лицо, получившее страховое возмещение, имеет к лицу, ответственному за причиненный ущерб.

Перевод долга. Перевод должником своего долга на другое лицо допускается лишь с согласия кредитора. При этом новый должник вправе выдвигать против требования кредитора возражения, основанные на отношениях между кредитором и первоначальным должником.

§ 4.2.4. Ответственность за нарушение обязательств. Прекращение обязательств

в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения своих обязанностей перед кредитором должник несет ответственность, установленную законодательством или договором.

1. *Должник обязан возместить кредитору убытки, причиненные неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательства.*

Под *убытками* понимаются *расходы*, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, *утрата или повреждение его имущества* (реальный ущерб), а также *неполученные доходы*, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (*упущенная выгода*).

Если лицо, нарушившее право, получило вследствие этого доходы, лицо, право которого нарушено, вправе требовать возмещения наряду с другими убытками упущенной выгоды в размере не меньшем, чем такие доходы.

2. Если за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства установлена неустойка, то *убытки возмещаются в части, не покрытой неустойкой*.

3. За *пользование чужими денежными средствами* вследствие их неправомерного удержания, уклонения от их возврата, иной просрочки в их уплате либо неосновательно получения или сбережения за счет другого лица *подлежат уплате проценты* на сумму этих средств. Если убытки, причиненные кредитору неправомерным использованием его денежными средствами, превышают сумму процентов, причитающуюся ему, он вправе требовать от должника возмещения убытков в части, превышающей эту сумму.

4. Уплата неустойки и возмещение убытков в случае *ненадлежащего исполнения обязательства не освобождают* должника от исполнения обязательства в натуре, если иное не предусмотрено законом или договором.

Возмещение убытков в случае *неисполнения обязательства* и уплата неустойки за его *неисполнение освобождают должника от исполнения обязательства* в натуре, если иное не предусмотрено законом или договором.

Отказ кредитора от принятия исполнения, которое вследствие просрочки утратило для него интерес, а также *уплата*

неустойки, установленной в качестве отступного, освобождают должника от исполнения обязательства в натуре.

В случае неисполнения должником обязательства *изготовить и передать вещь* в собственность, хозяйственное ведение или оперативное управление либо передать вещь в пользование кредитору, *либо выполнить для него определенную работу или оказать ему услугу* кредитор вправе в разумный срок поручить выполнение обязательства *третьим лицам за разумную цену либо выполнить его своими силами*, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов, договора или существа обязательства, и потребовать от должника *возмещения понесенных необходимых расходов* и других убытков.

5. В случае неисполнения обязательства передать определенную индивидуально вещь в собственность, хозяйственное ведение, оперативное управление или возмездное пользование кредитору последний *вправе требовать изъятия этой вещи у должника* и передачи ее кредитору на предусмотренных обязательством условиях.

Это право отпадает, если вещь уже передана третьему лицу, имеющему право собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления. Если вещь еще не передана, преимущество имеет тот из кредиторов, в пользу которого обязательство возникло раньше, а если это невозможно установить, тот, кто раньше предъявил иск.

Вместо требования передать ему вещь, являющуюся предметом обязательства, кредитор вправе потребовать возмещения убытков.

6. До предъявления требований к лицу, которое в соответствии с законом, иными правовыми актами или условиями обязательства *несет ответственность дополнительно к ответственности другого лица*, являющегося основным должником (*субсидиарную ответственность*), кредитор *должен* предъявить требование к основному должнику.

Если основной должник *отказался* удовлетворить требование кредитора или кредитор *не получил* от него в разумный срок ответа на предъявленное требование, это требование *может быть предъявлено* лицу, несущему субсидиарную ответственность.

Кредитор *не вправе* требовать удовлетворения своего требования к основному должнику от лица, несущего субсидиарную ответственность, если это требование может быть удовлетворено *путем зачета встречного требования*

к основному должнику либо *бесспорного взыскания* средств с основного должника.

Лицо, несущее субсидиарную ответственность, должно до удовлетворения требования, предъявленного ему кредитором, *предупредить об этом основного должника*, а если к такому лицу предъявлен иск, привлечь основного должника к; *участию в деле*. В противном случае основной должник имеет право выдвинуть против регрессного требования лица, отвечающего субсидиарно, возражения, которые он имел против кредитора.

Алгоритм субсидиарной ответственности приводится на *схеме 4.10*.

7. Если иное не предусмотрено законом или договором, лицо, не исполнившее или ненадлежащим образом исполнившее обязательство при осуществлении *предпринимательской деятельности*, несет ответственность, *если не докажет, что надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы*, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств.

К таким обстоятельствам не относятся, в частности, нарушение обязанностей со стороны контрагентов должника, отсутствие на рынке нужных для исполнения товаров, отсутствие у должника необходимых денежных средств.



С х е м а 4.10. Алгоритм **субсидиарной ответственности** (цифрами обозначена последовательность действий сторон)

Должник отвечает за неисполнение и ненадлежащее исполнение обязательства третьими лицами, на которых было возложено исполнение, если законом не установлено, что ответственность несет являющееся непосредственным исполнителем третье лицо. Если неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства произошло по вине обеих сторон, суд соответственно уменьшает размер ответственности должника, если кредитор умышленно или по неосторожности содействовал увеличению размера убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением, либо не принял разумных мер к их уменьшению.

8. Должник, просрочивший исполнение, *отвечает* перед кредитором за *убытки, причиненные просрочкой*, и за последствия случайно наступившей во время просрочки невозможности исполнения.

Если вследствие просрочки должника исполнение утратило интерес для кредитора, он может отказаться от принятия исполнения и требовать *возмещения убытков*. Должник не считается просрочившим, пока обязательство не может быть исполнено вследствие просрочки кредитора.

Кредитор *считается просрочившим, если он отказался принять* предложенное должником *надлежащее исполнение* или не совершил действий, предусмотренных законом, иными правовыми актами или договором либо вытекающих из обычаев делового оборота или из существа обязательства, до совершения которых должник не мог исполнить своего обязательства.

Просрочка кредитора дает должнику *право на возмещение причиненных просрочкой убытков*, если кредитор не докажет, что просрочка произошла по обстоятельствам, за которые ни он сам, ни те лица, на которых в силу закона, иных правовых актов или поручения кредитора было возложено принятие исполнения, не отвечают.

По денежному обязательству должник *не обязан платить проценты* за время просрочки кредитора.

9. Обязательство прекращается полностью или частично по основаниям, предусмотренным законом, иными правовыми актами или договором.

Прекращение обязательства по требованию одной из сторон допускается только в случаях, предусмотренных законом или договором. *Надлежащее исполнение прекращает обязательство.*

Кредитор, принимая исполнение, обязан по требованию должника выдать ему расписку в получении исполнения полностью или в соответствующей части.

По соглашению сторон обязательство может быть прекращено предоставлением взамен исполнения *отступного* (уплатой денег, передачей имущества и т. п.). Размер, сроки и порядок предоставления отступного устанавливаются сторонами.

Обязательство прекращается полностью или частично зачетом встречного однородного требования, срок которого наступил либо не указан, либо определен моментом востребования. Для зачета достаточно заявления одной стороны.

Кроме этого, имеет место прекращение обязательства в случаях, если:

- ✧ должник и кредитор **совпадают** в одном лице;
- ✧ имеется соглашение сторон о замене первоначального обязательства, существовавшего между ними, другим обязательством между теми же лицами, предусматривающим иной предмет или способ исполнения (новация);
- ✧ невозможность исполнения обязательства вызвана обстоятельством, за которое ни одна из сторон не отвечает;
- ✧ юридическое лицо (должник или кредитор) ликвидировано, кроме случаев, когда законом или иными правовыми актами исполнение обязательства ликвидированного юридического лица возлагается на другое лицо.

§ 4.3. ДОГОВОР КАК ОСНОВА КОММЕРЧЕСКИХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

*Д*оговор — это соглашение двух или более сторон, направленное на установление, изменение и прекращение гражданских прав и обязанностей, в том числе в области коммерческих отношений. Договор является разновидностью сделки. К обязательствам, возникшим из договора, применяются общие положения об обязательствах.

К договорам, заключаемым более чем двумя сторонами, общие положения о договоре применяются, если это не противоречит многостороннему характеру таких договоров.

Граждане и юридические лица **свободны** в заключении договора: понуждение к заключению договора не допускается, за исключением случаев, когда обязанность заклю-

чить договор предусмотрена законодательством или добровольно принятым обязательством.

Стороны могут заключить договор как предусмотренный, так и не предусмотренный законом или иными правовыми актами, а также договор, в котором содержатся элементы различных договоров, предусмотренных законом или иными правовыми актами (смешанный договор).

Условия договора определяются *по усмотрению сторон*, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами. В случаях, когда *условие* договора *предусмотрено нормой*, которая применяется постольку, несколько соглашением сторон не установлено иное (*диспозитивная норма*), стороны могут своим соглашением *исключить ее применение* либо установить условие, отличное от предусмотренного в ней. При отсутствии такого соглашения условие договора определяется диспозитивной нормой.

Если условие договора не определено сторонами или диспозитивной нормой, соответствующие условия определяются *обычаями* делового оборота, применяемыми к отношениям сторон.

В заключенном договоре *все условия* для его сторон *являются существенными*, нет условий основных или второстепенных. Все условия договора должны исполняться надлежащим образом. Нарушение любого из них влечет применение ответственности.

Договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (*императивным нормам*), действующим в момент его заключения. Если после заключения договора принят закон, устанавливающий обязательные для сторон правила, иные, чем те, которые действовали при заключении договора, условия заключенного договора сохраняют силу, кроме случаев, когда в законе установлено, что его действие распространяется на отношения, возникшие из ранее заключенных договоров.

Договор, по которому сторона должна получить плату или иное встречное предоставление за исполнение своих обязанностей, является *возмездным*.

Безвозмездным признается договор, по которому одна из сторон обязуется предоставить что-либо другой стороне без получения от нее платы или иного встречного предоставления.

Цена исполнения договора. Исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон, а в предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки и т. п.), устанавливаемые или регулируемые уполномоченными на то государственными органами.

Изменение цены после заключения договора допускается в случаях и на условиях, предусмотренных договором, законом либо в установленном законом порядке.

В случаях, когда в возмездном договоре цена *не предусмотрена* и не может быть определена, исходя из условий договора, исполнение договора должно быть оплачено по цене, которая при сравнимых обстоятельствах *обычно взимается* за аналогичные товары, работы или услуги.

Спор о порядке и сроках согласования цены, возникший при заключении договора, может быть передан в арбитражный суд.

Арбитражными судами подлежат рассмотрению по существу также споры, возникшие при заключении договора:

▽ по вопросу применения при расчетах регулируемой или договорной цены;

◇ по цене с предприятиями, допустившими нарушения антимонопольного законодательства, к которым применены в установленном порядке меры воздействия.

Законодательством **предусмотрено** несколько видов договоров: *публичный договор, договор присоединения, предварительный договор, договор в пользу третьего лица.*

Публичный договор. *Публичный договор* — это договор, заключенный *коммерческой организацией* и устанавливающий ее *обязанности по продаже товаров, выполнению работ или оказанию услуг*, которые такая организация по характеру своей деятельности должна осуществлять в отношении каждого, кто к ней обратится (розничная торговля, перевозка транспортом общего пользования, услуги связи и т. п.). Как следует из определения публичного договора, одной из сторон такого договора всегда является коммерческая организация. Рассчитан публичный договор в основном на отношения между коммерческой организацией, занимающейся особым родом деятельности, и массовым потребителем.

Следует отметить, что одна и та же организация может совершать сделки как в рамках деятельности публичного характера, так и в других. Например, у энергоснабжающих

коммерческих организации нужно различать два вида договоров. Договоры по энергоснабжению с абонентами, которые потребляют энергию, являются публичными. Однако если этому же абоненту энергоснабжающая организация продает излишнее оборудование, то это обычный договор.

Одной из основных особенностей публичного договора является то, что в отношении коммерческой организации — субъекта публичного договора исключается применение принципа свободы договора. Отказ коммерческой организации от заключения публичного договора при наличии возможности предоставить потребителю соответствующие товары, услуги, выполнить для него нужные потребителю работы *не допускается*. Цена товаров, работ и услуг, а также иные условия публичного договора устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением тех, которым законом и иными правовыми актами допускается предоставление льгот. У коммерческой организации есть только одна возможность отказаться от заключения публичного договора — сослаться на отсутствие производственных возможностей. Бремя доказывания отсутствия производственных возможностей возлагается на коммерческую организацию как сторону публичного договора. Позиция потребителя, который обращается к такой организации с **требованием**, пассивная. Он ничего не должен доказывать в суде. При необоснованном уклонении от заключения договора с коммерческой организации могут быть взысканы убытки, вызванные таким уклонением.

Правом на предъявление иска в суд о рассмотрении разногласий, возникших при заключении публичного договора, обладает исключительно контрагент коммерческой организации.

Договор присоединения. *Договором присоединения* признается договор, *условия которого определены одной из сторон* в формулярах или иных *стандартных формах* и могли быть приняты другой стороной не иначе как путем присоединения к предложенному договору в целом.

Присоединившаяся к договору сторона вправе потребовать *расторжения или изменения* договора, если договор присоединения хотя и не противоречит закону и иным правовым актам, но лишает эту сторону прав, обычно предоставляемых по договорам такого вида; исключает или ограничивает ответственность другой стороны за нарушение обязательств либо содержит другие, явно обременительные

для **присоединившейся** стороны условия, которые она, исходя из своих разумно понимаемых интересов, не приняла бы при наличии у нее возможности участвовать в определении условий договора.

Такое требование, предъявленное стороной, присоединившейся к договору в связи с осуществлением своей предпринимательской деятельности, не подлежит удовлетворению, если присоединившаяся сторона знала или должна была знать, на каких условиях заключает договор.

Предварительный договор. Предварительным считается договор, в котором стороны обязуются заключить договор о передаче имущества, выполнении работ или оказании услуг (*основной договор*) на условиях, предусмотренных предварительным договором.

Предварительный договор заключается в форме, установленной для основного договора, и должен содержать условия, позволяющие установить предмет, а также другие существенные условия основного договора. В нем указывается срок, в который стороны обязуются заключить **основной договор**. Если такой срок не определен, основной договор подлежит заключению в течение года с момента заключения предварительного договора.

Предварительным может быть признан любой договор независимо от его названия. Так, к предварительным договорам могут быть отнесены: договор поручительства, заключенный для обеспечения исполнения обязательства, которое возникнет в будущем; кредитный договор, предусматривающий обязанность банка или иной кредитной организации предоставить в будущем денежные средства в кредит заемщику и т. п.

Гражданское законодательство предусматривает механизм реализации прав требования любого из контрагентов по предварительному договору. Поскольку такой договор является обязательным для обеих сторон в период срока его действия, то при заключении основного договора будут действовать правила о заключении договора в обязательном порядке. Закон предусматривает возможность обращения в суд с иском о понуждении к заключению договора. Сторона, необоснованно уклоняющаяся от заключения договора, должна возместить другой стороне причиненные убытки.

Договор в пользу третьего лица. Таким договором признается договор, в котором стороны установили, что должник обязан произвести исполнение не кредитору, а тре-

тому лицу, имеющему право требовать от должника исполнения обязательства в свою пользу. С момента выражения третьим лицом должнику намерения воспользоваться своим правом по договору стороны не могут расторгать или изменять заключенный ими договор без согласия третьего лица.

Должник в договоре вправе выдвигать против требования третьего лица возражения, которые он мог бы выдвинуть против кредитора.

В случае, когда третье лицо отказалось от права, предоставленного ему по договору, этим правом может воспользоваться кредитор.

Заключение договора. *Договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой в подлежащих случаях форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.*

Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Договор заключается посредством направления *оферты* (предложения заключить договор) одной из сторон и ее *акцепта* (принятия предложения) другой стороной. Дата получения акцепта стороной, направившей оферту, считается моментом заключения договора.

Если в соответствии с законом для заключения договора необходима также передача имущества, договор считается заключенным с момента передачи соответствующего имущества.

Договор, подлежащий государственной регистрации, считается заключенным с момента его регистрации, если иное не установлено законом.

Если в договоре не указано место его заключения, договор признается заключенным в месте жительства гражданина или месте нахождения юридического лица, направившего оферту.

Заключаться договор может в любой форме, предусмотренной для совершения сделок, если законом для договоров данного вида не установлена определенная форма. Договор в письменной форме может быть заключен путем составления одного документа, подписанного сторонами, а также путем обмена документами посредством почтовой, телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной или

иной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору.

Оферта. Офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое является достаточно определенным и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение.

По форме оферта может быть самой различной: письмо, телеграмма, факс и т. д. Офертой может служить и разработанный стороной, предлагающей заключить договор, проект такого договора.

Лицо, сделавшее предложение заключить договор, в случае безоговорочного акцепта этого предложения его адресатом автоматически становится стороной в договорном обязательстве. Такое особое состояние связанности своим собственным предложением наступает для лица, направившего оферту, с момента ее получения адресатом. С этого момента указанное лицо должно соизмерять свои действия с возможными юридическими последствиями, которые могут быть вызваны акцептом оферты. Например, если лицо направило предложение о заключении договора купли-продажи имеющегося у него товара сразу нескольким потенциальным покупателям, то может возникнуть ситуация, когда один и тот же товар явится предметом различных договоров купли-продажи. Причем покупатели по всем таким договорам приобретут право требовать от продавца передачи товара, а в случае неисполнения этой обязанности — возмещения причиненных убытков. Оферта должна содержать существенные условия договора.

Реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как *приглашение сделать оферты*, если иное прямо не указано в предложении (односторонняя сделка).

Содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается *воля лица, делающего предложение, заключить договор* на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется, *признается офертой (публичная оферта)*.

Акцепт. Акцептом признается ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии. Акцепт должен быть *полным и безоговорочным*. Молчание не является акцептом, если иное не вытекает из закона, обычая делового оборота или из прежних деловых отношений сторон.

Т а б л и ц а 4.2. Последствия недействительности сделки

Вид оферты (предложение стороны А)	Вид акцепта (ответ на оферту стороны Б)
В оферте определен срок для акцепта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Акцепт получен в пределах срока 2. Сторона Б совершает действия по выполнению условий оферты 3. Извещение об акцепте получено с опозданием, но сторона А известила о принятии акцепта
В оферте не определен срок для акцепта	Акцепт получен в течение нормально необходимого времени
Оферта сделана устно, без указания срока для акцепта	Немедленное заявление об акцепте

Совершение лицом, получившим оферту, в срок, установленный для ее акцепта, действий по выполнению указанных в ней условий договора (отгрузка товаров, предоставление услуг, выполнение работ, уплата соответствующей суммы и т. п.) считается акцептом, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или не указано в оферте.

Ответ о согласии заключить договор на иных условиях, чем предложено в оферте, не является акцептом. Такой ответ признается отказом от акцепта и в то же время новой офертой. Условия, при соблюдении которых договор считается заключенным, рассмотрены в *табл. 4.2*.

Заключение договора в обязательном порядке.

В ряде законов предусмотрено немало случаев, когда заключение договора является обязательным для одной из сторон. Например, обязательны заключение основного договора в срок, установленный предварительным договором (ГК РФ); заключение публичного договора (ГК РФ); заключение договора с лицом, выигравшим торги (ГК РФ); для коммерческих организаций, обладающих монополией на производство отдельных видов продукции, — заключение государственного контракта на поставку продукции для федеральных государственных нужд, если размещение заказа не влечет за собой убытков от производства соответствующей продукции (Закон РФ «О поставках продукции для федеральных государственных нужд») и др.

В случаях, когда в соответствии с законами для стороны, *которой направлена оферта* (проект договора), заключение договора обязательно, эта сторона должна направить другой стороне *извещение об акцепте* либо об *отказе* от

акцепта, либо об *акцепте оферты на иных условиях* (протокол разногласий к проекту договора) в течение 30 дней со дня получения оферты.

Сторона, направившая оферту и получившая извещение об акцепте на иных условиях (протокол разногласий к проекту договора), вправе передать разногласия, возникшие при заключении договора, на рассмотрение суда в течение 30 дней со дня получения такого извещения либо истечения срока для акцепта.

В случаях, когда заключение договора обязательно для стороны, направившей оферту (проект договора), и ей в течение 30 дней будет направлен протокол разногласий к проекту договора, эта сторона обязана в течение 30 дней со дня получения протокола разногласий известить другую сторону о принятии договора в ее редакции либо об отклонении протокола разногласий. При отклонении протокола разногласий либо неполучении извещения о результатах его рассмотрения в указанный срок сторона, направившая протокол разногласий, вправе передать разногласия, возникшие при заключении договора, на рассмотрение суда.

Если сторона, для которой заключение договора обязательно, уклоняется от его заключения, другая сторона вправе обратиться в суд с требованием о понуждении заключить договор. Сторона, необоснованно уклоняющаяся от заключения договора, должна возместить другой стороне причиненные этим убытки.

Заключение договора на торгах. Договор, если иное не вытекает из его существа, может быть заключен путем проведения торгов. *Договор заключается с лицом, выигравшим торги.* Заключение такого договора — обязанность продавца, поэтому в случае необоснованного уклонения от заключения договора победитель торгов вправе требовать понуждения продавца к его заключению и возмещения убытков, вызванных уклонением от заключения договора.

В определенных случаях, предусмотренных законом, договоры о продаже вещи или имущественного права могут быть заключены только путем проведения торгов. Например, если отсутствуют факты акционирования государственного или муниципального предприятия либо выкупа арендованного имущества, продажа государственного или муниципального предприятия в частную собственность может осуществляться только путем проведения открытых торгов в виде конкурса или аукциона.

В качестве организатора торгов может выступать собственник вещи или обладатель имущественного права, или специализированная организация. Специализированная организация действует на основании договора с собственником вещи или обладателем имущественного права и выступает от их или своего имени.

В случаях, указанных в законодательстве, договоры о продаже вещи или имущественного права могут быть заключены только путем проведения торгов.

Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее *наиболее высокую цену*, по конкурсу — лицо, которое по заключению конкурсной комиссии, заранее назначенной организатором торгов, предложило *лучшие условия*.

Аукцион и конкурс, в которых участвовал только один участник, признаются несостоявшимися.

Изменение и расторжение договора. Изменение и расторжение договора возможны *по соглашению сторон*, если иное не предусмотрено законодательством или договором.

Основанием для изменения или расторжения договора является существенное изменение обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении договора.

По требованию одной из сторон договор может быть изменен или расторгнут *по решению суда* только:

1) при *существенном нарушении договора* другой стороной;

2) в иных случаях, предусмотренных законодательством или договором.

Существенным признается нарушение договора одной из сторон, которое влечет для другой стороны такой *ущерб*, что она в значительной степени лишается того, на что была *вправе рассчитывать* при заключении договора.

Необходимо отметить, что в отдельных случаях, прямо предусмотренных законом, договор может быть расторгнут односторонним волеизъявлением стороны (например, договор банковского счета расторгается в любое время по заявлению клиента банка). В других случаях предъявление такого требования, минуя суд, не влечет автоматического расторжения договора и прекращения обязательств. Договор будет расторгнутым, а обязательства — прекратившимися только с момента вступления решения суда в закон-

ную силу. Следовательно, включение в договор условия о праве одной из сторон расторгнуть договор в одностороннем порядке без обращения в суд является неправомерным. Однако закон предоставляет контрагентам возможность включить в договор условие о праве стороны в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора полностью или частично.

Несмотря на то, что последствия расторжения договора и одностороннего отказа от его исполнения одинаковы, разница между этими способами прекращения договорных связей весьма существенна. Законодательством предусмотрен разный порядок одностороннего расторжения договора и отказа от его исполнения. Для расторжения договора по требованию одной из сторон необходимо соблюсти следующее: сначала обратиться к своему контрагенту с целью получения от него отказа расторгнуть договор, а затем — в суд с тем, чтобы получить положительное судебное решение. При одностороннем же отказе достаточно уведомить об этом своего контрагента в порядке, предусмотренном договором.

Таким образом, односторонний отказ от исполнения договора при определенных условиях может стать эффективным способом защиты интересов стороны при неправомерных действиях или бездействии контрагента. Подобное Условие в тексте, например договора купли-продажи, можно сформулировать следующим образом: «В случае неоплаты покупателем товара в порядке и сроки, предусмотренные настоящим договором, продавец вправе отказаться от исполнения настоящего договора, направив об этом письменное уведомление покупателю».

В Гражданском кодексе РФ сформирована система хозяйственных, в том числе коммерческих, договоров, устанавливающих и регулирующих различные виды хозяйственных правоотношений по поводу вытекающих из этих договоров обязательств.*

* Характеристика системы коммерческих договоров (то есть договоров, направленных непосредственно на получение прибыли) подробно рассмотрена в учебнике Н. Ю. Кругловой «*Коммерческое право*», 2-е изд. (М.: Издательство РДЛ, 2003).

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. *Сформулируйте понятия «делка», «обязательство», «договор». Охарактеризуйте их соотношение.*
2. *Дайте классификацию сделок.*
3. *Что такое условная сделка?*
4. *Что понимается под ничтожной сделкой и оспоримой сделкой? Каковы различия между ними?*
5. *Каковы возможные последствия недействительности двухсторонней сделки?*
6. *Что такое коммерческое представительство? В чем его особенности?*
7. *В чем заключаются основные правила исполнения обязательств?*
8. *Дайте понятие солидарных обязательств и солидарных требований.*
9. *Какое исполнение обязательств признается встречным?*
10. *Каким образом осуществляется обеспечение исполнения обязательств?*
11. *В чем сущность залога? Раскройте основные нормы данного института права.*
12. *В чем сущность поручительства? В каких случаях поручительство прекращается?*
13. *В чем сущность банковской гарантии? Дайте алгоритм банковской гарантии,*
14. *В каком случае права кредитора переходят к другому лицу?*
15. *Какова ответственность за нарушение обязательств?*
16. *Дайте понятие субсидиарной ответственности. Каков алгоритм субсидиарной ответственности?*
17. *В каких случаях имеет место прекращение обязательств?*
18. *Дайте понятие договора. Каковы могут быть условия договора?*
19. *Какие виды договоров предусмотрены законодательством? Дайте краткую характеристику каждому виду.*
20. *Назовите условия, при соблюдении которых договор считается заключенным.*
21. *Дайте характеристику системы коммерческих договоров.*

Глава 5

РЕАЛИЗАЦИЯ ТОВАРОВ И ТОРГОВЫЙ ОБОРОТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Гражданский кодекс РФ устанавливает правила реализации товаров (продукции, услуг, работ, производимых предприятием) по **договору купли-продажи**, разновидностями которого являются:

- ✧ договор розничной купли-продажи;
- ✧ договор поставки товаров;
- ✧ договор поставки товаров для государственных нужд;
- ✧ договор контрактации;
- ✧ договор энергоснабжения.

Правовой институт купли-продажи положен также в основу правового регулирования торгового оборота производственных активов:

- ✧ купля-продажа недвижимости;
- ✧ продажа предприятия как имущественного комплекса.

Институт купли-продажи охватывает также отношения, связанные с продажей недвижимости и продажей предприятия, осуществляемой в хозяйственной деятельности в порядке управления производственными активами. Общие положения Гражданского кодекса, посвященные купле-продаже, должны применяться, кроме того, к купле-продаже имущественных прав, результатов интеллектуальной деятельности, фирменных наименований, товарных знаков, знаков обслуживания и иных средств индивидуализации гражданина или юридического лица, выполняемых ими работ или услуг, если иное не вытекает из содержания или характера соответствующих прав или существа объекта гражданских прав.

Предметом договора являются: наименование товара (имущества, сложного имущественного комплекса), его количество, условия, по которым стороны в момент заключения договора достигли соглашения или относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение, и вытекающие из этих условий обязательства сторон.

Договор считается заключенным при соблюдении двух необходимых условий:

❖ сторонами должно быть достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора;

❖ достигнутое сторонами соглашение по своей форме должно соответствовать требованиям, предъявляемым к такого рода договорам (*ст. 432 ГК РФ*).

В соответствии с п. 1 *ст. 432* Гражданского кодекса к числу *существенных* относятся следующие условия договора:

1. О предмете договора. Применительно к отдельным разновидностям договора купли-продажи *предмет договора детализируется*, а диспозитивные нормы, определяющие это существенное условие, дополняются специальными правилами. Например, по договору, предусматривающему поставку товаров в течение срока действия договора отдельными партиями, в котором не определены периоды поставки, товары должны поставляться ежемесячно (*п. 1 ст. 508 ГК*). Покупатель при принятии товаров должен проверить их количество и качество и о выявленных несоответствиях или недостатках товаров незамедлительно письменно уведомить поставщика (*ст. 513 ГК*).

В отношении некоторых разновидностей договора купли-продажи с учетом существа возникающих из них обязательств законодатель *расширяет предмет договора* путем возложения на стороны дополнительных обязанностей. Так, по договору контрактации в предмет договорного обязательства, по которому обязанной стороной выступает производитель сельскохозяйственной продукции, включается обязанность последнего совершить дополнительные действия: вырастить или произвести сельскохозяйственную продукцию, подлежащую передаче заготовителю.

В некоторых случаях законодатель *ужесточает требования к заключению договора* путем исключения возможности определения его существенных условий диспозитивными нормами. Например, договор продажи недвижимости должен предусматривать цену этого имущества. При отсутствии в договоре согласованного сторонами в письменной форме ус-

ловия о цене недвижимости договор считается незаключенным, поскольку правила определения цены, предусмотренные *п. 3 ст. 424 ГК*, не подлежат применению (*ст. 555 ГК*).

2. Условия, необходимые для договоров данного вида. К условиям договора, указанным в законе или иных правовых актах в качестве необходимых для договоров данного вида, в первую очередь относятся условия, которые представляют собой видообразующие признаки для данного вида договора. Данные условия обычно содержатся в самом определении понятия соответствующего вида договора. Например, рассмотрев понятие договора поставки (*ст. 506 ГК*) и отбросив из числа квалифицирующих признаков, выделяющих договор поставки в отдельную разновидность купли-продажи, те, которые не относятся к условиям договора, можно сказать, что помимо предмета договора и цены товара, являющихся существенными условиями всякого договора купли-продажи, существенным условием договора поставки (по признаку необходимости) следует признать также условие о сроке или сроках передачи поставщиком товара (товаров) покупателю.

3. Условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные для договоров данного вида. Например, в соответствии с *п. 1 ст. 339 ГК* в договоре о залоге должны быть предусмотрены: предмет залога; его оценка; существо, размер и срок исполнения обязательства, обеспечиваемого залогом, а также указание на то, у какой из сторон находится заложенное имущество. Кроме того, Гражданский кодекс содержит диспозитивные нормы, определяющие два из перечисленных существенных условий договора: а) правило о том, что заложенное имущество остается у залогодателя, если иное не предусмотрено договором (*ст. 338*); б) положение о том, что, если иное не предусмотрено договором, залог обеспечивает требование, в том объеме, какой оно имеет к моменту удовлетворения, в частности проценты, неустойку, возмещение убытков, причиненных просрочкой исполнения, а также возмещение необходимых расходов залогодержателя на содержание заложенной вещи и расходов по взысканию (*ст. 337*).

4. Условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Если при заключении договора возникают разногласия сторон, то в отношении соответствующего условия одна из сторон должна прямо заявить о необходимости достижения согла-

шения под угрозой отказа от заключения договора. На практике нередко бывает так, что стороны при заключении договора не урегулировали разногласия, например о размере договорной неустойки за неисполнение обязательств, но затем выполняли условия договора. При возникновении спора в связи с применением ответственности одна из сторон заявляет о том, что договор следует считать незаключенным, так как в свое время не было достигнуто соглашение по условию договора о размере неустойки. В подобном случае договор признается заключенным (но без условия о размере неустойки), имея в виду, что ни одна из сторон при заключении договора не заявила о необходимости достижения соглашения по спорному условию договора.

Наиболее сложными условиями, по которым должно быть достигнуто соглашение сторон по договору купли-продажи, обычно являются *ассортимент, качество и цена* товара. В условиях достаточно широкой олигополии, характерной для современных рынков, продавец и покупатель имеют возможность выбора потребителя (производителя). Более того, товаропроизводитель уже на стадии опытной разработки продукции планирует выбор своих позиций в конкуренции, предпочтительность тех или иных рынков и свой конкурентный статус на этих рынках. При этом он определяет свою ассортиментную политику, политику в области качества товара и ценовую политику. Стремясь продемонстрировать покупателю добротность своего товара, товаропроизводитель индивидуализирует свой товар посредством товарного знака, знака обслуживания или наименования места происхождения товара.

Государство, со своей стороны, содействует участникам рынка (сторонам договора купли-продажи), оказывая поддержку добросовестной конкуренции и ограничивая монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию.

§ 5.1. КУПЛЯ-ПРОДАЖА

§ 5.1.1. Реакция предприятия на конъюнктуру рынка

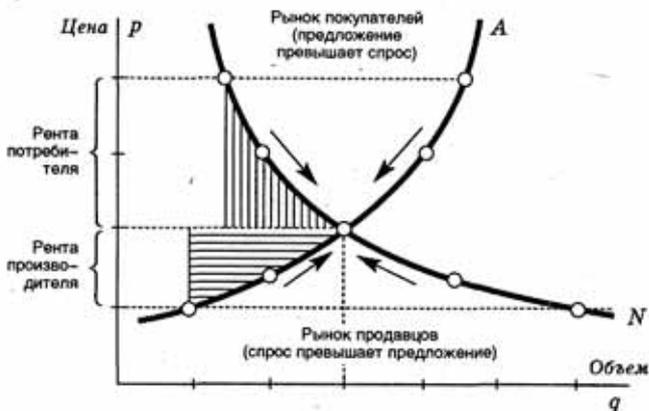
Объективно условия договора складываются заранее и зависят от своевременности и правильности реакции на конъюнктуру рынка, в основе которой лежит соотношение спроса и предложения.

Рыночное ценообразование. В рыночной экономике предприятия самостоятельно отстаивают свои интересы на рынке, конкурируя с другими предприятиями. Механизм конкуренции и цен позволяет осуществлять согласование множества планов производственно-хозяйственной деятельности предприятий, присутствующих на данном рынке.

Одним из основных параметров механизма рыночного ценообразования является **цена равновесия** спроса и предложения (рис. 5.1).

Рыночная ситуация, при которой предложение превышает спрос, создает **конкуренцию продавцов** и вызывает непрерывное понижение цен (**рынок покупателей**). Движение по кривым спроса и предложения продолжается до тех пор, пока не будет достигнуто рыночное равновесие, то есть пока предложение и спрос не сравняются. Рыночная конъюнктура, при которой спрос превышает предложение, создает конкуренцию покупателей, давление которой ведет к росту цен (**рынок продавцов**). Растущие цены привлекают на рынок новых производителей товаров, а предприятия, уже присутствующие на рынке, расширяют свое предложение до тех пор, пока не будет достигнуто рыночное равновесие.

Под влиянием конкуренции предложение и спрос постоянно движутся в направлении равновесной цены. Этот процесс представляет собой механизм ценообразования.



Р и с. 5.1. Равновесие величин спроса и предложения

N — кривая спроса; A — кривая предложения.

Потребитель, готовый купить товар по более высокой (плановой) цене, чем равновесная цена, в случае покупки товара по равновесной цене получает ренту потребителя, которая эквивалентна разнице между плановой ценой и ценой равновесия. Покупатели, для которых равновесная цена высока, уходят с рынка. Продавцы, которые могли бы продавать товар по плановой цене, ниже равновесной, продав его по равновесной цене, получают ренту продавца (эквивалентна разнице между равновесной и плановой ценами). Продавцы, имеющие более высокий уровень затрат и вынужденные предлагать свои товары дороже, вытесняются с рынка.

Изменение рыночного равновесия. Рыночное равновесие достигается лишь на непродолжительное время, так как постоянно меняются экономические факторы, от которых зависят спрос и предложение. Причинами этих изменений могут быть, например, изменение цен на факторы производства, внедрение новых технологий, изменения в доходах потребителей, изменение цен на взаимозаменяемые товары, перемены во вкусах и моде. Под влиянием этих перемен спрос и предложение постоянно изменяются и участникам рынка приходится *непрерывно адаптироваться* к изменениям.

Изменяемыми величинами являются спрос, предложение, объем продаж и цена **равновесия**. Ведущим параметром рыночного регулирования является спрос, так как *предложение следует за спросом*. Однако рост или снижение спроса не обязательно вызывают адекватное изменение предложения, так как последнее зависит от многих факторов, независимых от спроса.

Реакция предприятия на конъюнктуру рынка. Предприятие заинтересовано в получении ренты продавца, поэтому оно внимательно наблюдает за соотношением спроса и предложения и ценой равновесия. Чем большую ренту предприятие может получить от продажи своих товаров на рынке, тем выше его прибыль. Эта рента будет изменяться, при прочих равных условиях, с изменением цены равновесия.

Величина ренты зависит от ряда факторов, которые мы называем факторами предложения. Каждой ситуации динамики рыночного равновесия соответствует свой набор факторов предложения, который обуславливает реакцию предприятия на происходящие изменения. Версия реакций предприятия на конъюнктуру рынка приводится в *табл. 5.1.*

Т а б л и ц а 5.1. Реакция предприятия на конъюнктуру рынка (в е р с и я)

Номер ситуации	Динамика рыночного равновесия	Факторы предложения	Характер реакции предприятия
1	Спрос возрос; предложение возросло в меньшей степени, чем спрос; объем продаж увеличился; цена повысилась	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перспективы повышения рентабельности (предложение растет с повышением рентабельности). 2. Наличие резерва производственных мощностей (предложение растет с увеличением резерва). 3. Цена факторов производства (предложение растет с снижением цен). 4. Инвестиционные возможности отрасли (предложение растет с ростом инвестиционных возможностей). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соразмерять увеличение предложения с уровнем спроса, уровнем рентабельности продукции и эффективностью инвестиций. 2. Поддерживать конкурентоспособность продукции (производственная реакция).
2	Спрос возрос; предложение возросло сбалансированно с ростом спроса; объем продаж увеличился; цена осталась без изменений		<ol style="list-style-type: none"> 1. Тот же, что в <i>ситуации 1</i>. 2. Усилить внимание повышению конкурентоспособности продукции (конкурентная реакция).
3	Спрос возрос; предложение увеличилось в большей степени, чем спрос; объем продаж увеличился; цена снизилась		<ol style="list-style-type: none"> 1. Тот же, что в <i>ситуации 2</i>. 2. Обновлять ассортимент продукции (конкурентная или инновационная реакция).
4	Спрос возрос; предложение осталось без изменения; объем продаж и цена возросли	<ol style="list-style-type: none"> 1. Медленная реакция предприятия на изменение спроса. 2. Производственные мощности предприятий отрасли загружены. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ускорить реакцию и увеличить долю предприятия на рынке (производственная реакция). 2. Если инвестиции эффективны, увеличивать производственные мощности.

Номер ситуации	Динамика рыночного равновесия	Факторы предложения	Характер реакции предприятия
		3. Инвестиции в расширение производства малоэффективны вследствие низкой рентабельности продукции и (или) высоких цен факторов производства.	3. Поддерживать уровень предложения и осуществлять постепенный переход на производство более рентабельной и менее фондоемкой продукции (конкурентная и инновационная реакция)
5	Спрос возрос; предложение снизилось не столь значительно; объем продаж возрос в меньшей степени, чем в <i>ситуации 4</i> ; цена повысилась в большей степени, чем в <i>ситуации 4</i>	1. Деградация факторов производства отрасли и отсутствие у предприятий инвестиционных возможностей для их увеличения или поддержания. 2. Недооценка рынка со стороны предприятий отрасли (переходят на другой рынок). 3. Возросли цены факторов производства 4. Отсутствие маркетинговой стратегии и медленная реакция на изменение спроса.	1. Не допускать дальнейшего снижения предложения. 2. Осуществить анализ перспектив рынка и сформировать свою стратегию. 3. Ускорить переход на производство более рентабельной (менее фондоемкой) продукции и остаться на этом рынке. 4. Если имеется недооценка рынка со стороны конкурентов, то воспользоваться ситуацией и увеличить свою долю на рынке.
6	Спрос возрос; предложение снизилось столь же значительно; объем продаж не изменился; цена повысилась в большей степени, чем в <i>ситуации 5</i>		
7	Спрос возрос; предложение снизилось более значительно; объем продаж снизился; цена повысилась в большей степени, чем в <i>ситуации 6</i>		

Номер ситуации	Динамика рыночного равновесия	Факторы предложения	Характер реакции предприятия
8	Спрос не изменился; предложение возросло; объем продаж увеличился; цена снизилась	<ol style="list-style-type: none"> 1. Усилилась конкуренция предприятий на рынке. 2. Понизилась стоимость факторов производства. 3. Увеличился резерв производственных мощностей предприятий отрасли 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соизмерять свои возможности в конкуренции на данном рынке. 2. При необходимости постепенно переходить на другой рынок.
9	Спрос, предложение, объем продаж и цена не изменились	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкий уровень конкуренции. 2. Стабильное состояние рынка факторов производства. 3. Удовлетворенность предприятий отрасли своими доходами. 	Оставаться на данном рынке до изменения ситуации.
10	Спрос не изменился; предложение снизилось; объем продаж уменьшился; цена возросла	То же, что в пп. 1, 2, 3 <i>ситуаций</i> 5,6,7	Тот же, что в ситуациях 5, 6, 7, но быть более осторожным с инвестированием.
11	Спрос снизился; предложение возросло; объем продаж повысился; цена снизилась	<ol style="list-style-type: none"> 1. Переоценка перспективности рынка (ошибочный прогноз спроса) и замедленная реакция на снижение спроса. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Осуществить анализ перспектив стабилизации и роста спроса. 2. Если перспективы предлагаемого товара малообещающие, то обновить продукцию (конкурентная или инновационная реакция).
12	Спрос снизился; предложение возросло в меньшей мере, чем в <i>ситуации 11</i> ; объем продаж не изменился; цена понизилась в меньшей мере, чем в <i>ситуации 11</i>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Увеличился резерв производственных мощностей в связи с сокращением спроса на других рынках. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Уходить на другие рынки постепенно (<i>ситуация 13</i>), быстро

Номер ситуации	Динамика рыночного равновесия	Факторы предложения	Характер реакции предприятия
13	Спрос снизился; предложение возросло в меньшей мере, чем в <i>ситуации 12</i> ; объем продаж снизился; цена понизилась в меньшей мере, чем в <i>ситуации 12</i>	3. Понизилась стоимость факторов производства. 4. Усиление конкуренции предприятий (как следствие факторов 1, 2, 3). 5. Закрыт доступ на другие рынки.	<i>(ситуация 12)</i> или немедленно <i>(ситуация 11)</i> .
14	Спрос снизился; предложение не изменилось; объем продаж уменьшился; цена снизилась	Те же факторы, что и в пп. 1, 5 <i>ситуаций 11, 12, 13</i>	1. Привести предложение в соответствие со спросом. 2. Действовать как в <i>ситуациях 11, 12, 13</i> .
15	Спрос снизился; предложение снизилось; объем продаж уменьшился; цена повысилась	1. Некокурентоспособность продукции отрасли на данном рынке.	1. Привести предложение в соответствие со спросом.
16	Спрос снизился; предложение снизилось в меньшей мере, чем в <i>ситуации 15</i> ; объем продаж уменьшился; цена не изменилась	2. Отсутствие перспектив стабилизации спроса.	2. Уходить на другие рынки постепенно (<i>ситуация 17</i>), быстро (<i>ситуация 16</i>) или немедленно (<i>ситуация 15</i>).
17	Спрос снизился; предложение снизилось в меньшей мере, чем в <i>ситуации 16</i> ; объем продаж уменьшился; цена понизилась		3. Альтернатива п. 2: если с данного рынка уходят многие предприятия, то закрепиться на нем и занять лидирующее положение в продажах.

§ 5.1.2. Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров

Товарный знак и знак обслуживания (далее — товарный знак) — это обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (далее — товары) юридических или физических лиц.

Основным назначением товарного знака является демонстрация покупателю добротности товара, изготавливаемого данным предприятием (или поставляемого на рынок данным посредником). Право на товарный знак охраняется законом. Отношения, возникающие в связи с правовой охраной и использованием товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения товаров регулируются Законом РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (в ред. от 11 декабря 2002 г., с изменениями от 24 декабря 2002 г.).

Правовая охрана товарного знака в Российской Федерации предоставляется на основании его государственной регистрации в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания, осуществляемой федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности на основании решения о регистрации. Регистрация товарного знака действует до истечения десяти лет, считая с даты подачи заявки.

Юридические и физические лица Российской Федерации вправе зарегистрировать товарный знак в зарубежных странах или произвести его международную регистрацию. Заявка на международную регистрацию подается через федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации любого цвета или цветовой гаммы. Закон о товарных знаках предусматривает абсолютные и иные основания для отказа в регистрации, а также порядок регистрации. Например, не могут быть зарегистрированы в качестве **товарных** знаков обозначения, не обладающие различительной способностью, являющиеся общепринятыми символами и терминами, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и

морали, сходные с товарными знаками других лиц в такой степени, что их нельзя различить.

Закон устанавливает следующие процедуры, связанные с регистрацией товарного знака: заявку на регистрацию, установление приоритета товарного знака заявителя, экспертизу заявки (формальную экспертизу и экспертизу заявленного обозначения), обжалование решения по заявке (при несогласии с ним заявителя), регистрацию товарного знака, выдачу свидетельства на зарегистрированный товарный знак, установление (продление) срока действия регистрации, внесение изменений в регистрацию (при изменении отдельных элементов товарного знака, не меняющем его существа, при изменении наименования правообладателя, при сокращении перечня товаров, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, при других изменениях, относящихся к регистрации товарного знака), публикация сведений о регистрации.

Свидетельство на товарный знак. На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство, которое удостоверяет приоритет товарного знака, а также исключительное право владельца на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

Исключительное право на товарный знак. Правообладатель вправе использовать товарный знак и запрещать его использование другими лицами. Нарушением исключительного права правообладателя (незаконным использованием товарного знака) признается использование без его разрешения в гражданском обороте на территории Российской Федерации товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, в том числе размещение товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения:

✧ на товарах, на этикетках, упаковках этих товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся и (или) перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;

✧ при выполнении работ, оказании услуг;

✧ на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;

✧ в предложениях к продаже товаров;

❖ в сети Интернет, в частности в доменном имени и при других способах адресации.

Товары, этикетки, упаковки этих товаров, на которых незаконно используется товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными.

Общеизвестный товарный знак. По заявлению юридического или физического лица общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком может быть признан товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации на основании его регистрации, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации без регистрации в соответствии с международным договором Российской Федерации, а также обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Российской Федерации, если такие товарные знаки или обозначение в результате их интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату в Российской Федерации широко известны среди соответствующих потребителей в отношении товаров этого лица.

Товарный знак или обозначение не могут быть признаны общеизвестным товарным знаком, если они стали широко известны после даты приоритета тождественного или сходного с ними до степени смешения товарного знака иного лица, который предназначен для использования в отношении однородных товаров.

Правовая охрана общеизвестному товарному знаку предоставляется на основании решения Палаты по патентным спорам. Товарный знак, признанный общеизвестным, вносится федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в Перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков.

Особенности коллективного товарного знака. В соответствии с международным договором Российской Федерации объединение лиц, создание и деятельность которого не противоречат законодательству государства, в котором оно создано, вправе зарегистрировать в Российской Федерации коллективный знак, который является товарным знаком, предназначенным для обозначения товаров, производимых и (или) реализуемых входящими в данное объединение лицами и обладающих едиными качественными или иными общими характеристиками.

Правовой режим коллективного товарного знака имеет ряд особенностей. Прежде всего коллективный товарный

знак и право его использования являются неотчуждаемыми, то есть они *не могут быть переданы другим лицам* (п. 2 ст. 20 Закона о товарных знаках). Специфичен и субъект, на имя которого может быть зарегистрирован коллективный товарный знак: он может принадлежать только объединению лиц, то есть союзу, хозяйственной ассоциации или иному добровольному объединению. В соответствии со статьей 121 ГК РФ такое объединение коммерческих организаций создается в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов.

Объединение лиц разрабатывает устав коллективного знака, который содержит наименование объединения, уполномоченного зарегистрировать коллективный знак на свое имя, перечень лиц, имеющих право пользования этим знаком, цель его регистрации, перечень и единые качественные или иные общие характеристики товаров, которые будут обозначаться коллективным знаком, условия его использования, порядок контроля за его использованием, ответственность за нарушение устава коллективного знака. Этот устав прилагается к заявке на регистрацию коллективного знака.

Коллективный знак и заявка на его регистрацию могут быть преобразованы соответственно в товарный знак и заявку на регистрацию товарного знака и наоборот. Порядок такого преобразования устанавливается федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

В случае использования коллективного знака на товарах, не обладающих едиными качественными или иными едиными характеристиками, правовая охрана коллективного знака может быть прекращена полностью или частично на основании решения суда, принятого по заявлению любого лица.

Использование товарного знака. Использованием товарного знака считается применение его на товарах, для которых товарный знак зарегистрирован, и (или) их упаковке правообладателем или лицом, которому такое право предоставлено на основании лицензионного договора. Использованием может быть признано также применение товарного знака в рекламе, печатных изданиях, на официальных бланках, на вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и ярмарках, проводимых в Российской Федерации, при наличии уважительных причин неприменения товарного знака на товарах и (или) их упаковке.

Право на использование товарного знака может быть предоставлено правообладателем (лицензиаром) другому юридическому лицу или осуществляющему предпринимательскую деятельность физическому лицу (лицензиату) по лицензионному договору в отношении всех или части товаров, для которых он зарегистрирован. Лицензионный договор должен содержать условие о том, что качество товаров лицензиата будет не ниже качества товаров лицензиара и что лицензиар будет осуществлять контроль за выполнением этого условия. Юридические и физические лица, осуществляющие посредническую деятельность, могут на основе договора использовать свой товарный знак наряду с товарным знаком изготовителя товаров, а также вместо товарного знака последнего.

В отношении товаров, которые были введены в хозяйственный оборот непосредственно правообладателем или с его согласия, товарный знак может быть использован другим лицом (на которого этот знак не зарегистрирован). Владелец товарного знака не вправе запретить такое использование.

Распоряжение товарным знаком. Исключительное право на товарный знак в отношении всех или части товаров, для которых он зарегистрирован, может быть передано правообладателем другому юридическому или осуществляющему предпринимательскую деятельность физическому лицу по договору о передаче исключительного права на товарный знак (договору об уступке товарного знака). Уступка товарного знака не допускается, если она может стать причиной введения в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

Договор о передаче исключительного права на товарный знак и лицензионный договор регистрируются в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Без этой регистрации указанные договоры считаются недействительными. Порядок регистрации указанных договоров устанавливается федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Наименование места происхождения товара

Наименование места происхождения товара — это обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое наименование страны, населенного пункта, местности или другого географического

объекта или производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. Правовая охрана места происхождения товара в Российской Федерации возникает на основании его регистрации федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в Реестре.

Наименование места происхождения товара может быть зарегистрировано *одним или несколькими* юридическими или физическими лицами. Лицо, зарегистрировавшее наименование места происхождения товара, получает право пользования им, если производимый данным лицом товар отвечает требованиям, указанным выше. Право пользования этим же наименованием места происхождения товара может быть предоставлено любому юридическому или физическому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий теми же основными свойствами. Регистрация наименования места происхождения товара действует бессрочно.

Заявка на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или заявка на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара подается в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности физическим и (или) юридическим лицом (лицами) самостоятельно или через патентного поверенного. Экспертиза заявки включает формальную экспертизу и экспертизу заявленного обозначения. На основании положительного решения по результатам экспертизы федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности производит регистрацию наименования места происхождения товара и выдает свидетельство на право пользования этим наименованием. Свидетельство на право пользования наименованием места происхождения товара действует в течение 10 лет. Срок его действия каждый раз может быть продлен по заявлению обладателя свидетельства на последующие 10 лет. После регистрации в РФ наименование места происхождения товара может быть зарегистрировано в зарубежных странах.

Использованием наименования места происхождения товара считается применение его на *товаре, этикетках, упаковке, в рекламе, проспектах, счетах, бланках* и иной документации, связанной с введением товара в гражданский оборот. Не допускается использование зарегистрированного наименования места происхождения товара лицами, не имеющими свидетельства, даже если при этом указывается подлинное место происхождения товара или наименование используется в переводе либо в сочетании с такими выражениями, как «род», «тип», «имитация» и тому подобными, а также использование сходного обозначения для любых товаров, способного ввести потребителей в заблуждение относительно места происхождения и особых свойств товара. Владелец свидетельства не вправе предоставлять лицензии на пользование наименованием места происхождения товара другим лицам.

Правовая охрана наименования места происхождения товара прекращается в связи с:

- ✧ исчезновением характерных для данного географического объекта условий и невозможностью производства товара, обладающего указанными в Реестре свойствами;

- ✧ утратой иностранными юридическими или физическими лицами права на данное наименование места происхождения товара в стране происхождения товара.

Действие свидетельства прекращается:

- ✧ в связи с утратой товаром особых свойств, указанных в Реестре в отношении данного наименования места происхождения товара;

- ✧ в связи с прекращением правовой охраны наименования места происхождения товара;

- ✧ в случае ликвидации юридического лица — владельца свидетельства;

- ✧ на основании поданного в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности заявления владельца свидетельства.

Использование товарного знака и наименования места происхождения товара или сходного с товарным знаком или наименованием места происхождения товара обозначения, противоречащее положениям Закона, влечет за собой *гражданскую, административную, уголовную ответственность* в соответствии с законодательством РФ.

Защита гражданских прав от незаконного использования товарного знака помимо требований о прекращении

нарушения или взыскания причиненных убытков осуществляется также путем:

- ❖ публикации судебного решения в целях восстановления деловой репутации потерпевшего;

- ❖ удаления за счет нарушителя с контрафактных товаров, этикеток, упаковок незаконно используемого товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения либо уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок в случае невозможности удаления с них незаконно используемого товарного знака (обозначения), за исключением случаев обращения этих контрафактных товаров, этикеток, упаковок в доход государства или их передачи правообладателю по его заявлению в счет возмещения убытков или в целях их последующего уничтожения.

Лицо, незаконно использующее зарегистрированное наименование места происхождения товара или сходное с таким наименованием обозначение, обязано по требованию обладателя свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара, государственного органа, прокурора или общественной организации:

- ❖ прекратить его использование, а также возместить причиненные убытки в соответствии с гражданским законодательством;

- ❖ опубликовать судебное решение в целях восстановления деловой репутации потерпевшего;

- ❖ удалить с контрафактных товаров, этикеток, упаковок незаконно используемое наименование места происхождения товара или сходное с ним до степени смешения обозначение либо уничтожить контрафактные товары, этикетки, упаковки в случае невозможности удаления с них незаконно используемого наименования места происхождения товара (обозначения).

Правообладатель и обладатель свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара вместо требования о взыскании причиненных убытков вправе требовать от лица, незаконно использующего товарный знак или наименование места происхождения товара, выплаты определяемой судом денежной компенсации в размере от 1 тысячи до 50 тысяч минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом.

§ 5.1.3. Подбор поставщиков и взаимоотношения с ними

Подбор поставщиков и организация взаимодействия с ними являются одними из важнейших факторов создания эффективной производственной кооперации и обеспечения конкурентоспособности **предприятия**. Производственная кооперация — это своего рода система, имеющая единую цель — создание конечного продукта. Участники производственной кооперации связаны между собой многочисленными научно-производственными и хозяйственными связями. Эти связи частично регулируются сделками и договорами поставок и в большей мере — при непосредственных деловых контактах персонала участников кооперации в совместном производственном процессе. Многообразие кооперационных связей в разветвленной технологической цепи производства конечного продукта часто делает целесообразным заключение многосторонних договоров поставок, которыми увязываются требования к основным параметрам полупродуктов, организация их совместной разработки, испытаний и контроля качества, сроки поставок.

В целом договорная работа должна быть подчинена выполнению планов разработки проектов продукции и программ производства.

В связи с тем, что эффективность договорной работы в значительной степени зависит от качеств поставщика (партнера) и взаимоотношений с ним, представляет интерес рассмотрение вопросов:

- ✧ формирование образа партнера на основе результатов анализа его рекламы;
- ✧ современные подходы зарубежных фирм к взаимодействию с поставщиками.

Методические подходы к формированию образа партнера (конкурента) на основе рекламной информации. Чтобы составить портрет потенциального партнера (поставщика), необходимо проанализировать следующее:

- ✧ *какой стратегии развития он придерживается: лидерства, следования за лидером или догона?* Если изучаемая вами организация придерживается, например, стратегии лидерства, а вы хотели бы реализовать стратегию следования за лидером, ваши шансы на установление партнерских отношений (отношений кооперации) будут достаточно высоки. Но если вы стремитесь к лидерству, то не

исключено, что верх возьмут мотивы конкуренции, хотя не исключается и возможность кооперации;

✧ *какая тактика развития предприятия характерна для его деятельности:* тактика преобразующих нововведений (полной замены технологической системы), тактика реконструкции производств или цехов или тактика нововведенческого конвейера на отдельных участках производства? Если возможный партнер придерживается, например, тактики преобразующих нововведений, а вам более предпочтительна тактика конвейера нововведений малой радикальности, то скорее всего ни кооперации, ни соперничества не получится до тех пор, пока стороны не станут конкурентами на рынке;

✧ *какая политика в области продажи технологий характерна для изучаемой организации:* продает ли она новые технологии или те, которые начинают устаревать, а из новых — не самые лучшие проекты, направляя лучшие проекты на развитие собственного производства? Следует иметь в виду, что зарубежные фирмы в основном придерживаются правила: интернационализировать технологии только тогда, когда замедляется темп роста спроса на производимые по этим технологиям товары. Анализ степени новизны рекламируемого товара показывает, что в рекламе доминирует традиционно выпускаемая фирмами техника, уже зарекомендовавшая себя у потребителя, а значит, в известной степени устаревшая. В лучшем случае предлагается модернизация применительно к особенностям потребителя. Степень новизны рекламируемых отечественных объектов, как правило, более высокая;

✧ *реакции какого типа на изменения на рынке средств производства придерживается возможный партнер: конкурентной, инновационной или предпринимательской?* Или для него характерна та или иная комбинация этих реакций? В этом вопросе много общего с вопросом тактики развития, так как для предпринимательской реакции характерна тактика преобразующих нововведений, для инновационной реакции — тактика реконструкции, для конкурентной реакции — тактика нововведенческого конвейера. Разнообразие реакций вызывает соответствующее разнообразие в тактике развития, а следовательно, диверсификацию разработок и производства;

✧ *в какой степени открыты каналы информации возможного партнера, насколько полную и правдивую информацию он передает через рекламу и технические условия?*

Чем более полной и правдивой является информация, тем больше оснований ожидать, что партнер руководствуется мотивами кооперации (если исключить рефлексивное взаимодействие, когда каналы открыты для ложной информации). Степень открытости каналов будет зависеть от того, на какие мотивы конкуренции и кооперации ориентируется возможный партнер.

Первоначальная оценка привлекательности возможного партнера может быть получена на основании *систематического изучения* его рекламы. Изучению подлежат вопросы: что является объектом рекламы (идея, проект, опытный образец, серийная продукция); каков уровень системности рекламируемого объекта; представляет ли он систему или ее часть, или отдельный агрегат системы, или систему и любые ее части; каков уровень диверсификации предлагаемых услуг по жизненному циклу технологии: предлагается лишь поставка или весь цикл услуг (от разработки проекта до монтажа, наладки и последующего обслуживания); каков уровень новизны рекламируемого объекта, какими параметрами характеризуется его качество, обеспечена ли экологическая защита и чистота; в какой степени правдива информация, которую несет реклама?

Наибольшие трудности в формировании первоначальной оценки возможного партнера по рекламе заключаются в ограниченности объема представляемой информации и отсутствии уверенности в ее правдивости. Например, реклама, как правило, не содержит достаточно полной информации о параметрах качества. Обычно информация о качестве ограничивается заверениями типа «в основе всех предлагаемых нами разработок лежит 30-летний опыт в области инжиниринга»; «наша программа гарантирует вам приобретение новейшей техники, надежной во всех областях ее применения»; «наш опыт экспорта более чем в 70 стран мира, наши обширные знания и «ноу-хау», а также исследовательские возможности позволяют производить продукцию на уровне современной технологии» (в подтверждение приводятся сведения об успешной работе поставляемого оборудования на предприятиях СНГ); «мы гарантируем высокую производительность и качество»; «вы можете сами убедиться в надежности нашего предприятия» (далее даются сведения, на каких предприятиях СНГ работает оборудование фирмы); «продукцию фирмы можно найти во всех странах Европы. Она отличается большой надежностью и высоким коэффициентом полезного действия. Штат

предприятия состоит из опытных высококвалифицированных специалистов как в области конструкторских разработок, так и производства».

Такой характер информации о качестве *соответствует принципам международных стандартов ИСО серии 9000 по системе качества продукции*. Основным принципом этой системы в контрактных ситуациях является *предоставление поставщиком всей информации, на основании которой заказчик убедился бы, что все обязательства по контракту могут быть успешно выполнены и продукция будет изготовлена и поставлена в соответствии с техническими условиями заказчика*.

В связи с тем, что информация о качестве продукции (услуг) в рекламе носит *характер самосертификации фирмы*, рассмотрим методические подходы, пользуясь которыми можно убедиться в правдоподобии заверений фирмы. Воспользуемся для этого одним из *методов правдоподобных умозаключений*, а именно *схемой последовательного подтверждения нескольких следствий*. Сущность этой схемы заключается в следующем.

Пусть A обозначает некоторое ясно сформулированное предположение, к этому моменту не доказанное и не опровергнутое (утверждение фирмы о высоком качестве ее продукции). Пусть B обозначает некоторое следствие из A , причем B также ясно сформулировано и к настоящему моменту не доказано, ни опровергнуто (информация, что технологическое оборудование, установленное на одном из заводов, работает надежно и обеспечивает выпуск высококачественной продукции).

Чтобы выяснить, правдоподобно ли утверждение A , проверяется истинность B : если B — ложно, то и A — ложно; если B — истинно, то A — правдоподобно (фундаментальная индуктивная схема умозаключения).

В схеме последовательного подтверждения нескольких следствий ($B_1, B_2, \dots, B_k, B_{k+1}, \dots$) подтверждение нового следствия имеет большее или меньшее значение в зависимости от того, в большей или меньшей степени это новое следствие отличается от ранее подтвержденных следствий, то есть если из A следует B_{k+1} и при этом B_{k+1} сильно отличается от ранее подтвержденных следствий B_1, B_2, \dots, B_k утверждения A и если B_{k+1} истинно, то A значительно более правдоподобно. Если из A следует утверждение B_{k+1} и при этом B_{k+1} сильно похоже на ранее подтвержденные

следствия B_1, B_2, \dots, B_k утверждения A , причем B_{k+1} истинно, то A немного более правдоподобно.

Рассмотрим применение этого метода к анализу рекламы фирмы «*Babcock*», предлагающей комплексные системы решений в строительстве трубопроводов для электростанций и промышленных трубопроводов для всех сред, давлений, температур и всех диапазонов номинальных параметров. Фирма рекомендует возможному заказчику самому убедиться в надежности предприятия по работе выпущенного ею оборудования, установленного на предприятиях СНГ:

✓ на более чем 35 компрессорных станциях (A_B) для природного газа в **Кременчуге**, Первомайске, Кунгуре и т. д. — пусть это будут следствия B_1, B_2, \dots, B_{35} ;

◇ на тепловых станциях (A_C) в районах жилищного строительства в Воловце, Ивано-Франковске, Березовке, Горнозаводске и др. — пусть это будут следствия C_1, C_2, \dots, C_k ($k < 35$);

◇ на объектах химической промышленности (A_D) в Самаре, Киришах, Ухте, Хабаровске, Гурьеве и Рязани — пусть это будут следствия D_1, D_2, \dots, D_6 ;

◇ на заводах для получения парафина (A_E) в Мозыре, Новополоцке, Уфе, Нижнем Новгороде, Киришах, Сызрани и Перми — пусть это будут следствия E_1, E_2, \dots, E_7 .

Очевидно, что каждое подтверждение качества установленного оборудования внутри каждого из рядов B, C, D, E лишь немного усиливает правдоподобие утверждения фирмы, так как эти следствия сильно похожи (оборудование аналогично). При этом правдоподобие будет тем выше, чем на большем числе предприятий будет подтверждено высокое качество работы оборудования. Можно утверждать, что, подтвердив истинность событий в каждой ряду (A_B, A_C, A_D, A_E), получим уровень правдоподобия $A_B > A_C > A_E > A_D$ (число правдоподобных следствий соответственно $35 > k > 7$).

Если заказчик оборудования A_B проверит качество работы оборудования A_C, A_D, A_E , то правдоподобие утверждения о высоком качестве оборудования, выпускаемого фирмой, с каждым подтверждением будет более значительным, так как следствия одного ряда (например, C) сильно отличаются от следствий других рядов (например, B, D, E). Очевидно, что уровень правдоподобия A будет тем выше, чем в большем числе рядов B, C, D, E будет подтверждена истинность указанных следствий.

Как строить отношения с поставщиками. Опыт, приобретенный в области взаимоотношений предприятия с поставщиками, показывает, что в условиях развивающегося рынка и повышения степени неопределенности внеш-

ней среды нужны новые подходы к формированию этих взаимоотношений. Рассмотрим основные направления рационализации отношений с поставщиками.

1. *Критерий отбора поставщика.* Традиционно предприятие предпочитает множество источников снабжения, когда поставщики конкурируют между собой и цена является главным критерием отбора поставщика. Однако задача предприятия должна состоять не столько в минимизации цены приобретаемого сырья или полупродукта, сколько в минимизации издержек на изготовление конечного продукта с заданными параметрами качества и сроками выпуска. Поэтому современная тенденция заключается в установлении долговременных связей с поставщиками, отобранными по ряду критериев. Наиболее перспективным направлением формирования взаимоотношений является создание такой системы кооперационных связей на базе интеграции предприятий в компании по технологической цепи производства конечного продукта и стадиям жизненного цикла продукции/технологии, которая обеспечила бы достижение положительного синергического эффекта.

2. *Взаимоотношения потребителя и поставщика в производственном процессе последнего.* Традиционно потребитель не влияет на производственный процесс поставщика. Ему важен лишь выходной контроль качества поставок. Поэтому поставщик сосредотачивает внимание на стабилизации параметров производственного процесса. В силу этого он не заинтересован в сокращении сроков обновления конечной продукции потребителя. Новый подход основан на отношениях сотрудничества поставщика и потребителя в производственном процессе поставщика. Внимание концентрируется на контроле качества по всему производственному процессу, что приводит к необходимости его постоянного улучшения.

3. *Стимулирование потребителем повышения качества поставок.* Традиционно предприятие стремится приобрести полупродукт по самым низким ценам на базе ценовой конкуренции. В силу этого контракты носят краткосрочный характер, что может отрицательно сказаться на конструктивной (структурной) преемственности партий конечной продукции и эксплуатационных (потребительских) характеристиках товара. Современный подход заключается в том, чтобы оплатить расходы поставщика, связанные с повышением качества полупродукта, заключая с ним дол-

госрочные соглашения о поставках, предусматривающие обновление изделий в соответствии с программой улучшения конечного продукта.

4. *Скоординированность действий.* Традиционный подход предусматривает гибкость только поставщика, постоянные изменения в графике поставок, что затрудняет деятельность поставщика в целом. Для современного подхода характерна обоснованность требований и надежные обязательства с обеих сторон.

5. *Ответственность за качество.* Особо стоит вопрос об уровне качества. Традиционно — это приемлемое качество под ответственность поставщика. В этом случае вынужденно ограничивается уровень качества конечного продукта в соответствии с качеством полупродукта. Современный подход состоит в том, что поставщик и потребитель прикладывают совместные усилия и ищут возможные пути решения проблем повышения качества, а также несут совместную ответственность за качество поставляемого полупродукта и конечной продукции.

6. *Участие поставщика в создании нового конечного продукта.* Традиционно поставщик привлекается на стадии завершения разработки и за качество конечного продукта ответственности не несет. В настоящее время роль поставщика при создании нового конечного продукта коренным образом изменяется: поставщик участвует в разработке продукции с самой ранней стадии и вносит свой замысел в ее создание. Разработкой своего полупродукта он стремится улучшить качество и повысить эффективность конечного продукта.

Очевидно, что тот или иной характер взаимоотношений поставщика и потребителя существенным образом сказывается на составе участников договора поставки, существенных условиях договора и обязательствах сторон. Такие многосторонние и сложные отношения, как правило, помимо договоров поставки сопровождаются договорами на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, договорами о совместной деятельности (простое товарищество), многочисленными устными сделками, основанными на доверии сторон, длительности их отношений, общности целей и традиций коллективов, участвующих в кооперации. Сопоставление традиционных и новых подходов к взаимоотношениям сторон в производственной кооперации показано в *табл. 5.2.*

Т а б л и ц а 5.2.
Сопоставление традиционной и новой системы взаимоотношений
предприятия с поставщиками

	Традиционный подход	Новый подход
Критерий отбора поставщика	Покупатель предпочитает множество источников снабжения. Поставщики должны бороться друг с другом. Цены — главный критерий при выборе поставщиков	Покупатель предпочитает несколько источников снабжения, самые лучшие поставщики отбираются и сохраняются. Неценовые критерии выбора (сроки поставок, их качество и т. п.) имеют одинаковое или большее значение
Производственные процессы поставщиков	Потребитель не влияет на производственный процесс поставщика. Концентрация внимания на проверке качества поставок на выходе. Цель — стабильность производственных процессов	Отношения сотрудничества. Концентрация внимания на контроле качества по всему производственному процессу. Цель — постоянное улучшение производства
Ценообразование	Покупатель хочет самых низких цен на базе ценовой конкуренции поставщиков. Краткосрочные соглашения о поставках	Покупатель готов оплатить поставщику расходы по улучшению качества обслуживания на основе взаимного доверия. Долгосрочные соглашения о поставках
График поставок	Гибкость, постоянные изменения в графике поставок	Обоснованные требования, сопровождаемые надежными обязательствами с обеих сторон
Ожидаемый уровень качества	Под ответственность поставщика. Приемлемый уровень	Совместные усилия и ответственность за качество поставок и конечной продукции. Постоянное повышение качества
Новая продукция	Привлечение поставщика на стадии завершения разработок. Поставщик за разработку новой продукции ответственности не несет	Привлечение поставщика к разработке новой продукции на самой ранней стадии. Очень ценятся способности и усилия поставщика в ходе разработки новой продукции

§ 5.1.4. Договор купли-продажи

По договору купли-продажи 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).

Договор может быть заключен на куплю-продажу товара, имеющегося в наличии у продавца в момент заключения договора, а также товара, который будет создан или приобретен продавцом в будущем, если иное не установлено законом или не вытекает из характера товара. В соответствии с Гражданским кодексом условие договора купли-продажи о товаре считается *согласованным*, если договор позволяет определить наименование и количество товара. Устанавливая такую норму, законодатель, очевидно, предполагал, что наименованием товара определяются его ассортимент (если товар в ассортименте) и качество, а другие существенные условия договора определены диспозитивными нормами Гражданского кодекса: в случаях, когда условие договора предусмотрено нормой, которая применяется постольку, поскольку соглашением сторон не установлено иное (диспозитивная норма), стороны могут своим соглашением исключить ее применение либо установить условие, отличное от предусмотренного в ней. При отсутствии такого соглашения условие договора определяется диспозитивной нормой (*ст. 421*).

Продавец обязан одновременно передать покупателю товар, принадлежности к товару и документы (технический паспорт, сертификат качества, инструкцию по эксплуатации и т. д.).

Срок исполнения продавцом обязанности передать товар определяется договором купли-продажи, а если договором этот срок не установлен, то он **определяется** по характеру обязательств (яркий пример диспозитивной нормы):

а) договор позволяет определить срок исполнения — обязательство должно быть исполнено в этот срок;

б) договор не позволяет определить срок исполнения — обязательство должно быть исполнено в разумный срок; если оно не исполнено в такой срок, то должно быть исполнено в 7-дневный срок со дня востребования товара покупателем;

в) договор определяет срок исполнения моментом востребования — обязательство должно быть исполнено в 7-дневный срок с момента востребования товара покупателем.

Если покупатель заинтересован в исполнении продавцом обязательств *к строго определенному сроку*, то при заключении договора он должен позаботиться, чтобы из договора ясно вытекало, что *при нарушении срока исполнения покупатель утрачивает интерес к договору*. В этом случае продавец вправе исполнить договор досрочно или по истечении срока только с согласия покупателя.

Обязательство передать товар покупателю считается исполненным в момент:

1. Вручения товара покупателю, если договором предусмотрена доставка товара покупателем;
2. Предоставления товара в распоряжение покупателя, если товар должен быть передан покупателю в месте его нахождения;
3. Сдачи товара перевозчику или организации связи для доставки покупателю.

Риск случайной гибели (повреждения) товара переходит на покупателя с момента исполнения обязательства о передаче ему товара. Если товар продан во время нахождения его в пути — с момента заключения договора купли-продажи.

Покупателю необходимо проявлять осторожность как при заключении договора купли-продажи товара, находящегося в пути, так и при принятии в договоре условия перехода риска на покупателя с момента сдачи его первому перевозчику, имея в виду возможность утраты или повреждения товара еще до заключения договора. В этом случае условие договора о переходе риска на покупателя может быть по требованию покупателя признано судом *недействительным*, если в момент заключения договора *продавец знал* (должен был знать), что товар утрачен или поврежден, и не сообщил об этом покупателю.

Последствия нарушения условий о количестве товара:

а) если передано меньше, чем предусмотрено договором, покупатель вправе либо потребовать передать недостающее количество, либо отказаться от переданного товара или его оплаты, а если товар оплачен, потребовать возврата оплаченной суммы;

б) если передано больше, чем предусмотрено договором, покупатель извещает продавца об этом. Если продавец в разумный срок не распорядится товаром, покупатель вправе принять весь товар и оплатить его по цене договора или другой согласованной цене.

Последствия нарушения условий об ассортименте товаров:

а) покупатель вправе отказаться от принятия и оплаты товара в ассортименте, не соответствующем договору;

б) если часть товаров передана в согласованном ассортименте, а часть — нет, покупатель вправе по своему выбору:

✧ принять только то, что соответствует условиям договора;

✧ отказаться от всех товаров;

✧ потребовать замены несоответствующего договору товара;

✧ принять весь товар.

Качество товара, переданного покупателю, должно соответствовать условиям договора купли-продажи либо образцу, либо обязательным нормативным требованиям, а в случае отсутствия в договоре таких *условий* (указаний на образцы, нормативные требования):

✧ товар должен быть пригоден для целей, для которых такой товар обычно используется;

✧ если продавцу были известны конкретные цели, для которых приобретается товар, — быть пригодным для использования в этих целях.

При наличии обязательных требований к качеству товара по соглашению сторон может быть передан товар с более высокими требованиями.

Качество товара должно соответствовать указанным условиям (образцу, требованиям) *на момент передачи*, а при наличии гарантии качества — *в течение гарантийного срока*.

Если иное не предусмотрено договором купли-продажи:

✧ гарантия качества товара распространяется и на все составляющие его части (комплектующие изделия);

✧ гарантийный срок товара начинается с момента передачи товара покупателю;

✧ гарантийный срок на комплектующее изделие считается равным гарантийному сроку на основное изделие и начинает действовать одновременно с гарантийным сроком на основное изделие.

Если покупатель лишен возможности использовать товар по обстоятельствам, зависящим от продавца, гарантийный срок не действует до устранения соответствующих обстоятельств продавцом. Гарантийный срок продлевается на время, в течение которого товар не мог использоваться из-за обнаруженных в нем недостатков, при условии извещения продавца о недостатках товара.

Проверка качества товара может быть предусмотрена законом, иными правовыми актами, обязательными требованиями государственных стандартов или договором купли-продажи, устанавливающими порядок проверки. Если этот порядок не установлен, то проверка качества осуществляется в соответствии с обычно применяемыми правилами проверки товара.

Если проверка качества товара (испытания, анализ, осмотр) входит в обязанность продавца, последний предоставляет покупателю доказательства этой проверки.

Товар, на который установлен срок годности, продавец обязан передать покупателю с таким расчетом, чтобы он мог быть использован по назначению до истечения срока годности. Срок годности товара определяется периодом времени, исчисляемым со дня его изготовления, в течение которого товар пригоден к использованию, либо датой, до наступления которой товар пригоден к использованию.

При передаче товара *ненадлежащего качества покупатель вправе* по своему выбору *потребовать от продавца:*

- а) при наличии неоговоренных в договоре недостатков:
 - ❖ соразмерного уменьшения отпускной цены; .
 - ❖ безвозмездного устранения недостатков в разумный срок;
 - ❖ возмещения своих расходов на устранение недостатков;
- б) при существенных нарушениях требований к качеству товаров (недостатки неустранимы либо требуют на свое устранение несоразмерно больших расходов средств или затрат времени, либо выявляются неоднократно и т. п.):
 - ❖ отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар суммы;
 - ❖ потребовать замены товара.

Если иное не установлено законом или договором купли-продажи, покупатель вправе предъявить требования, связанные с недостатками товара, при условии, что они обнаружены в установленные сроки (*табл. 5.3*).

Т а б л и ц а 5.3.
Сроки предъявления претензий о недостатках товаров

Гарантии качества и годности товаров	Предельные сроки предъявления претензий
1. Гарантия качества не предоставлена	В разумный срок в пределах 2 лет. Доказательство обоснованности претензии за покупателем
2. Гарантийный срок менее 2 лет	В пределах 2 лет. Доказательство обоснованности претензии по истечении гарантийного срока за покупателем. Доказательство необоснованности претензии в период гарантийного срока за продавцом
3. Гарантийный срок 2 и более лет	В пределах гарантийного срока. Доказательство необоснованности претензии за продавцом
4. Установлен срок годности	В пределах срока годности
5. Гарантийный срок комплектующих меньше гарантийного срока основного товара	В пределах гарантийного срока основного товара
6. Гарантийный срок комплектующих больше гарантийного срока основного товара	В пределах гарантийного срока комплектующих

Комплектность и комплект товаров. Продавец обязан передать товар комплектно в соответствии с договором. Если же комплектность в договоре не определена, она определяется обычаями делового оборота или обычно предъявляемыми требованиями. Если по договору покупателю передается комплект товаров, то обязательство считается выполненным с момента передачи всех товаров, входящих в комплект.

В случае передачи некомплектного товара покупатель вправе по своему выбору потребовать от продавца:

- ✦ соразмерного уменьшения покупной цены;
- ✦ доукомплектования товара в разумный срок.

Если продавец в разумный срок не выполнил требования покупателя о доукомплектовании товара, покупатель вправе по своему выбору:

- ✦ потребовать замены некомплектного товара на комплектный;
- ✦ отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной денежной суммы.

Тара и упаковка. Товар передается покупателю в таре и (или) упаковке в соответствии с условиями договора или обязательными требованиями, а при отсутствии этих условий и требований товар должен быть затарен (упакован) обычным для такого товара способом, обеспечивающим его сохранность при обычных условиях хранения и транспортировки.

Если товар передан без тары (упаковки) или в ненадлежащей таре, покупатель *вправе потребовать* либо затарить (упаковать) товар или заменить тару, либо вместо этих требований *предъявить требования*, вытекающие из *передачи товара ненадлежащего качества*.

Покупатель обязан известить продавца о нарушении условий договора купли-продажи о количестве, об ассортименте, о качестве, комплектности, таре и (или) об упаковке товара в срок, предусмотренный законом, иными правовыми актами или договором, а если такой срок не установлен, в разумный срок после того, как нарушение соответствующего условия договора должно было быть обнаружено, исходя из характера и назначения товара. В противном случае продавец вправе отказаться полностью или частично от удовлетворения претензий покупателя.

Цена товара при его оплате определяется из условий, приведенных в *табл. 5.4*.

Товар оплачивается непосредственно до или после его передачи, если иное не предусмотрено законодательством или договором купли-продажи и не вытекает из существа

Т а б л и ц а 5.4.
Определение цены при оплате товара

Условия определения цены	Правила определения цены при оплате
1. Цена предусмотрена договором купли-продажи	По цене, предусмотренной договором
2. Цена договором не определена и не может быть определена на основе его условий	По цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары
3. Цена установлена договором в зависимости от веса товара	Цена определяется по весу нетто
4. Цена подлежит изменению в зависимости от показателей, обуславливающих цену товара. Способ пересмотра цены договором не определен	Цена определяется на основе соотношения показателей на момент заключения договора и момент передачи товара

обязательства. Если договором купли-продажи не предусмотрена рассрочка оплаты товара, покупатель обязан уплатить продавцу цену переданного товара полностью.

Страхование товара. Договором купли-продажи может быть предусмотрена обязанность продавца или покупателя страховать товар. В случае, когда сторона, обязанная страховать товар, не осуществляет страхование в соответствии с условиями договора, другая сторона вправе застраховать товар и потребовать от обязанной стороны возмещения расходов на страхование либо отказаться от исполнения договора.

Сохранение права собственности за продавцом. Когда договором купли-продажи предусматривается, что право собственности на переданный покупателю товар сохраняется за продавцом до оплаты товара или наступления иных обстоятельств, *покупатель не вправе до перехода к нему права собственности отчуждать товар или распоряжаться им иным образом*, если иное не предусмотрено законом или договором либо не вытекает из назначения и свойств товара. В случаях, когда в срок, предусмотренный договором, переданный товар не будет оплачен или не наступят иные обстоятельства, при которых право собственности переходит к покупателю, продавец вправе потребовать от покупателя возвратить ему товар, если иное не предусмотрено договором.

Характер правоотношений, складывающихся в различных ситуациях между покупателем и продавцом, по оплате товара, его страхованию и сохранению прав собственности, приводится в *табл. 5.5*.

Т а б л и ц а 5.5.

Сложившиеся условия	Права заинтересованной стороны
ПРАВООТНОШЕНИЯ ПО ОПЛАТЕ ТОВАРА	
1. Покупатель своевременно не оплачивает переданный ему товар	Продавец вправе потребовать оплаты товара и уплаты процентов в размере учетной ставки банковского процента в банке по месту нахождения продавца
2. Покупатель в нарушение договора отказывается принять и оплатить товар	Продавец вправе по своему выбору потребовать оплаты товара либо отказаться от исполнения договора
3. Продавец обязан передать не только товары, которые покупателем в нару-	Продавец вправе приостановить передачу этих товаров до полной оплаты ранее переданных товаров

Сложившиеся условия

Права заинтересованной стороны

- шение договора не оплачено, но и другие товары
4. Договором предусмотрена предоплата товара полностью или частично
Покупатель должен произвести оплату в срок, предусмотренный договором, если же срок не определен, то до срока передачи товара
 5. Продавец, получивший сумму предоплаты товара, не исполняет обязанности по передаче товара в установленный срок
Покупатель вправе потребовать передачи оплаченного товара или возврата суммы предоплаты. На сумму предоплаты начисляются проценты
 6. Договором предусмотрена продажа товара в кредит
Покупатель должен произвести оплату в срок, предусмотренный договором. Товар до его оплаты признается находящимся в залоге у продавца
 7. Покупатель, получивший товар, проданный в кредит, не исполняет обязанностей по его оплате в установленный договором срок
Продавец вправе потребовать оплаты переданного товара или возврата оплаченной суммы. На просроченную сумму подлежат начислению проценты со дня, когда товар должен быть оплачен, до дня оплаты. Договором может быть предусмотрено начисление процентов со дня передачи товара
 8. Товар продан в кредит с оплатой в рассрочку. Покупатель не производит в установленный срок очередной платеж за переданный ему товар
Продавец вправе отказаться от исполнения договора и потребовать возврата проданного товара, если сумма платежей, полученных от покупателя, не превышает половины цены товара

ПРАВООТНОШЕНИЯ ПО СТРАХОВАНИЮ ТОВАРА

Договором предусмотрена обязанность продавца или покупателя страховать товар, но обязанная сторона страхование не осуществляет
Другая сторона вправе застраховать товар и потребовать возмещения расходов или отказаться от исполнения договора

СОХРАНЕНИЕ ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ ЗА ПРОДАВЦОМ

По договору право собственности на переданный покупателю товар сохраняется за продавцом до оплаты товара
Покупатель не вправе до перехода к нему прав собственности отчуждать товар или распоряжаться им иным образом, если иное не предусмотрено законом или договором либо не вытекает из назначения и свойств товара. Продавец до перехода права собственности на товар покупателю имеет право потребовать возвратить ему товар

§ 5.1.5. Розничная купля-продажа

Договор розничной купли-продажи — *публичный договор*, по которому *продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу*, обязуется *продать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью*.

Как видно из этого определения, Гражданский кодекс устанавливает, что по договору розничной купли-продажи товары приобретаются для целей, не связанных с предпринимательской деятельностью. Однако на практике довольно часто индивидуальные предприниматели покупают в розничной торговле товары для использования их в предпринимательской деятельности.

Договор розничной купли-продажи *считается заключенным* в надлежащей форме, как правило, *с момента выдачи продавцом покупателю товарного или кассового чека* или иного документа, подтверждающего оплату товара. Отсутствие у покупателя указанных документов не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания в подтверждение заключения договора и его условий. Однако законом или договором может быть установлен иной порядок заключения договора, в частности, в виде формуляров или иных стандартных форм, к которым *присоединяется покупатель*. Например, Правилами продажи товаров по образцам предусмотрено, что доставка товара покупателю оформляется квитанцией или иным документом установленной формы и содержания (письменная форма договора).

Предложение товара в его рекламе, каталогах и описаниях товаров, обращенных к неопределенному кругу лиц, признается *публичной офертой*, если оно содержит все существенные условия договора розничной купли-продажи. Выставление товаров в месте продажи (на прилавках, витринах и т. п.), демонстрация их образцов или предоставление сведений о продаваемых товарах (описаний, каталогов, фотоснимков товаров и т. п.) в местах их продажи также признаются публичной офертой независимо от того, указаны ли цена и другие существенные условия договора розничной купли-продажи (если явно не показано, что товар **не предназначен** для продажи).

Предоставление покупателю информации о товаре. Продавец обязан предоставить покупателю необходимую и достоверную информацию о товаре, предлагаемом к продаже, соответствующую установленным законом, иными правовыми актами и обычно предъявляемым в розничной торговле требованиям к содержанию и способам предоставления такой информации. Так, в соответствии с Правилами продажи отдельных видов товаров, утвержденными постановлением Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 (в ред. от 12 июля 2003 г.), информация в обязательном порядке должна содержать:

- ❖ наименование товара;
- ❖ фирменное наименование и место нахождения (юридический адрес) изготовителя товара, место нахождения организации, уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от покупателей и производящей ремонт и техническое обслуживание товара;
- ❖ обозначение стандартов, обязательным требованиям которых должен соответствовать товар;
- ❖ сведения об основных потребительских свойствах товара;
- ❖ правила и условия эффективного и безопасного использования товара;
- ❖ гарантийный срок, если он установлен для конкретного товара;
- ❖ срок службы или срок годности, если он установлен для конкретного товара, а также сведения о необходимых действиях покупателя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя или становятся непригодными для использования по назначению;
- ❖ цену и условия приобретения товара.

Закон РФ «О защите прав потребителя» обязывает продавца довести до сведения потребителя о проведении обязательной сертификации товара его изготовителем. Правилами продажи отдельных видов товаров предусмотрено, что в подтверждение факта сертификации продавец должен иметь один из следующих документов: подлинник сертификата или декларацию о соответствии; копию сертификата, заверенную держателем подлинника сертификата, нотариусом или органом по сертификации товаров, выдав-

шим сертификат; товарно-сопроводительные документы, оформленные изготовителем или поставщиком (продавцом) и содержащие по каждому наименованию товара сведения о наличии сертификата с указанием его номера, срока действия и органа, выдавшего сертификат, или о наличии декларации о соответствии с указанием ее регистрационного номера, срока действия, наименования изготовителя или поставщика (продавца), принявшего декларацию, и органа, ее зарегистрировавшего. Эти документы должны быть заверены подписью и печатью изготовителя (поставщика, продавца) с указанием его адреса и телефона.

Покупатель вправе до заключения договора розничной купли-продажи осмотреть товар, потребовать проведения в его присутствии проверки свойств или демонстрации действия товара, если это не исключено ввиду характера товара и не противоречит правилам, принятым в розничной торговле. Объем проверки определяется характером товара и должен обеспечить демонстрацию его основных свойств.

Если покупателю не предоставлена возможность незамедлительно получить в месте продажи информацию о товаре, он вправе потребовать от продавца возмещения убытков, причиненных необоснованным уклонением от заключения договора розничной купли-продажи, а если договор заключен, в разумный срок отказаться от исполнения договора, потребовать возврата уплаченной за товар суммы и возмещения других убытков. Продавец, не предоставивший покупателю возможность получить полную и достоверную информацию о товаре, несет ответственность и за недостатки товара, возникшие после его передачи потребителю вследствие отсутствия у него такой информации.

Способы розничной продажи товара. Гражданский кодекс РФ предусматривает следующие способы розничной продажи товара:

- ✧ с условием о принятии товара покупателем *в определенный договором срок*;
- ✧ на основании *ознакомления* покупателя с образцом товара;
- ✧ с использованием *автоматов*;
- ✧ с условием о *доставке товара* покупателю;
- ✧ по договору *най.ма-продажи*.

Договор розничной купли-продажи может быть заключен с условием о *принятии покупателем товара в определенный договором срок*, в течение которого этот товар не

может быть продан другому покупателю. Возникшие в связи с этим дополнительные расходы включаются в цену товара. Неявка покупателя или несовершение им иных действий для принятия товара в обусловленный срок могут рассматриваться продавцом как отказ покупателя от исполнения договора.

Особые правила введены Гражданским кодексом и в отношении договора розничной купли-продажи, заключаемого *на основании ознакомления покупателя с образцом товара* (его описанием, каталогом товаров и т. п.), предложенным продавцом. Такой договор считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в договоре, а если место передачи товара договором не определено, с момента доставки товара покупателю по месту жительства гражданина или месту нахождения юридического лица. Покупатель до передачи товара вправе отказаться от исполнения договора при условии возмещения продавцу необходимых расходов, понесенных последним в связи с совершением действий по выполнению договора.

В случае, когда продажа товаров производится *с использованием автоматов*, владелец автоматов обязан довести до покупателей информацию о продавце товаров путем помещения на автомате или предоставления покупателям иным способом сведений о наименовании (фирменном наименовании) продавца, месте его нахождения, режиме работы, а также о действиях, которые необходимо совершить покупателю для получения товара. Договор считается заключенным с момента совершения покупателем действий, необходимых для получения товара. Если, несмотря на совершение указанных действий, покупателю не предоставляется оплаченный товар, продавец обязан по требованию покупателя незамедлительно предоставить покупателю товар или возратить уплаченную им сумму.

Когда договор розничной купли-продажи заключен *с условием о доставке товара покупателю*, продавец обязан в установленный договором срок доставить товар в место, указанное покупателем, а если место доставки товара покупателем не указано, в место жительства гражданина или место нахождения юридического лица, являющегося покупателем. Договор розничной купли-продажи считается исполненным с момента вручения товара покупателю, а при его отсутствии — любому лицу, предъявившему квитанцию или иной документ, свидетельствующий о заключе-

нии договора или об оформлении доставки товара, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором либо не вытекает из существа обязательства. В случае, когда договором не определено время доставки товара для вручения его покупателю, товар должен быть доставлен в разумный срок после получения требования покупателя. Правилами продажи отдельных видов товаров предусмотрено, что в случае доставки крупногабаритного товара силами покупателя продавец обязан бесплатно обеспечить погрузку товара на транспортное средство покупателя.

Договором *найма-продажи* может быть предусмотрено, что до перехода **права** собственности на товар к покупателю покупатель является нанимателем (арендатором) переданного ему товара (договор найма-продажи). Если иное не предусмотрено договором, покупатель становится собственником товара с момента оплаты товара.

Цена и оплата товара. Покупатель обязан *оплатить* товар по цене, объявленной продавцом *в момент заключения договора* розничной купли-продажи, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или не вытекает из существа обязательства. В случае, когда договором розничной купли-продажи предусмотрена *предварительная оплата товара*, неоплата покупателем товара в установленный договором срок *признается отказом* покупателя от исполнения договора, *если* иное не предусмотрено соглашением сторон. К договорам розничной купли-продажи товаров *в кредит*, в том числе с условием оплаты покупателем товаров *в рассрочку*, *не подлежат применению правила о выплате процентов за просрочку оплаты*. Покупатель вправе оплатить товар в любое время в пределах установленного договором периода рассрочки оплаты товара.

При установлении цены товара продавец и покупатель должны учитывать динамику цены равновесия под влиянием изменения спроса и предложения на аналогичные товары, а также показатели качества товара.

Обмен товара. Покупатель вправе, если товар не был в употреблении и сохранены его потребительские свойства, в течение 14 дней с момента передачи ему недовольственного товара (если более длительный срок не объявлен продавцом) обменять купленный товар в месте покупки и иных местах, объявленных продавцом, на аналогичный товар других размеров, формы, габарита, фасона, расцветки

или комплектации, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом. При отсутствии необходимого для обмена товара у продавца покупатель вправе возвратить приобретенный товар продавцу и получить уплаченную за него денежную сумму или обменять его на аналогичный товар при первом поступлении соответствующего товара в продажу. Продавец обязан сообщить покупателю, потребовавшему обмена непродуктового товара, о его поступлении в продажу.

Постановлением Правительства РФ от 19 января 1998 г. утвержден перечень непродуктовых товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации. В этот перечень, в частности, включены: товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях (предметы санитарии и гигиены из металла, резины, текстиля и других материалов, инструменты, приборы и аппаратура медицинские, средства гигиены полости рта, линзы очковые, предметы по уходу за детьми); мебель бытовая (гарнитуры и комплекты); автомобили и мотовелотовары, мобильные средства малой механизации сельхозработ, прогулочные суда и иные плавсредства бытового назначения; технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки (станки металлорежущие и деревообрабатывающие бытовые; электробытовые машины и приборы; бытовая радиоэлектронная аппаратура; бытовая вычислительная и множительная техника; фото- и киноаппаратура; телефонные аппараты и факсимильная аппаратура; электромузыкальные инструменты; игрушки электронные; бытовое газовое оборудование и устройства).

Права покупателя в случае продажи ему товара ненадлежащего качества. Покупатель, которому продан товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, вправе по своему выбору потребовать:

- ◇ безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление покупателем или третьим лицом;
- ◇ соразмерного уменьшения покупной цены;
- ◇ замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- ◇ замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены.

При этом покупатель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества.

Вместо предъявления указанных требований покупатель вправе отказаться от исполнения договора розничной купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы. При этом покупатель по требованию продавца и за его счет должен возвратить полученный товар ненадлежащего качества. При возврате покупателю уплаченной за товар денежной суммы продавец не вправе удерживать из нее сумму, на которую понизилась стоимость товара из-за его полного или частичного использования, потери им товарного вида или других подобных обстоятельств.

Отсутствие у покупателя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющего факт и условия покупки товара, *не является* основанием для отказа в удовлетворении его требований и не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания в подтверждение заключения договора и его условий.

Права покупателя, в зависимости от сложившихся в процессе исполнения договора обстоятельств в случае продажи товара ненадлежащего качества, рассмотрены в *табл. 5.6.*

Ответственность продавца. За нарушение прав потребителей продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность, предусмотренную законом или договором. Убытки, причиненные потребителю, подлежат возмещению в полной сумме сверх неустойки (пени), установленной законом или договором. Уплата неустойки (пени) и возмещение убытков не освобождают продавца (изготовителя, исполнителя) от исполнения обязательств по договору в натуре.

Кодексом РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность за продажу товаров с нарушением установленных правил реализации (ненадлежащего качества или с нарушением санитарных правил; при отсутствии установленной информации об изготовителе или о продавце либо без применения в установленных законом случаях контрольно-кассовых машин; с нарушением государственной дисциплины цен; обман потребителей; с нарушением права потребителя на получение необходимой и достоверной информации о реализуемом товаре, об изготовителе, о продавце и о режиме их

Т а б л и ц а 5.6

Обстоятельства, требующие защиты интересов покупателя	Права покупателя
1. Покупателю продан технически сложный или дорогостоящий товар с существенными нарушениями требований к его качеству (в частности, обнаружены неустраняемые недостатки, либо недостатки, которые не могут быть устранены без несоизмеримых расходов или затрат времени, либо проявляются вновь после их устранения)	Покупатель вправе по своему выбору потребовать: <ul style="list-style-type: none"> ◇ замены на товар аналогичной марки (модели, артикула); ◇ замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены
2. Обнаружены недостатки товара, свойства которого не позволяют устранить их (например, продовольственные товары, парфюмерно-косметические изделия)	Покупатель вправе по своему выбору потребовать замены такого товара товаром надлежащего качества либо соразмерного уменьшения покупной цены, либо расторжения договора
3. Продавец не исполнил обязанность доставки крупногабаритного товара и товара весом более 5 кг для ремонта, уценки, замены и возврата его покупателю своими силами и за свой счет или продавец отсутствует в месте нахождения покупателя	Доставка и возврат указанных товаров могут осуществляться покупателем. При этом продавец обязан возместить расходы покупателю, связанные с доставкой и возвратом этих товаров
4. Цена заменяемого товара в момент замены отличается от цены товара аналогичной марки (модели, артикула), передаваемого взамен товара ненадлежащего качества	При замене товара ненадлежащего качества на товар аналогичной марки (модели, артикула) перерасчет цены не производится
5. Цена заменяемого товара в момент замены отличается от цены такого же товара другой марки (модели, артикула), передаваемого взамен товара ненадлежащего качества	Разница в ценах возвращается продавцом покупателю, если цена на товар другой марки (модели, артикула) ниже цены заменяемого товара, и доплачивается продавцу покупателем, если цена на товар другой марки (модели, артикула) выше
6. Продавцу предъявлено требование о соразмерном уменьшении покупной цены товара	Покупателю возмещается разница в ценах, полученная между ценой товара на момент предъявления требования об уценке (если требование поку-

Обстоятельства, требующие защиты интересов покупателя	Права покупателя
	пателя добровольно не удовлетворено — на момент вынесения судом решения о соразмерном уменьшении цены) и ценой товара после уценки
7. Покупатель отказался от исполнения договора розничной купли-продажи и потребовал возврата продавцом уплаченной за товар цены	При возврате продавцу товара ненадлежащего качества покупатель вправе потребовать возмещения разницы между ценой товара, установленной договором, и ценой соответствующего товара на момент добровольного удовлетворения его требования, а если требование добровольно не удовлетворено, на момент вынесения судом соответствующего решения
8. Покупатель отказался от исполнения договора купли-продажи, по которому товар ненадлежащего качества был продан в кредит	Покупателю возвращается уплаченная за товар денежная сумма в размере погашенного ко дню возврата товара кредита, а также возмещается плата за предоставление кредита
9. Недостатки товара обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности	Покупатель вправе предъявить требования, имеющие место в ситуации, когда продан товар ненадлежащего качества и его недостатки не были оговорены продавцом
10. Недостатки товара обнаружены покупателем по истечении гарантийного срока, но в пределах двух лет (гарантийный срок составляет менее двух лет)	Продавец несет ответственность, если покупатель докажет, что недостатки товара возникли до его передачи покупателю или по причинам, возникшим до этого момента
11. Обнаружены недостатки товара, для которого не установлен гарантийный срок или срок годности	Покупателем могут быть предъявлены требования, связанные с недостатками товара, при условии, что недостатки обнаружены в разумный срок, но в пределах двух лет со дня передачи товара покупателю либо в пределах более длительного срока, установленного в соответствии с Законом или договором

работы; при включении в договор условий, ущемляющих установленные законом права потребителя; при непредоставлении потребителю льгот и преимуществ, установленных законом и т. д.).

За нарушение санитарно-эпидемиологических правил, повлекшее по неосторожности массовое заболевание, отравление или смерть людей; хранение или перевозку в целях сбыта либо сбыт товаров и продукции, выполнение работ или оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности жизни и здоровья потребителей, а также неправомерные выдачу или использование официального документа, удостоверяющего соответствие указанных товаров, работ или услуг требованиям безопасности, Уголовный кодекс РФ предусматривает для продавца (исполнителя) уголовную ответственность.

§ 5.1.6. Договор мены

По договору мены каждая сторона обязуется передать в собственность другой стороны один товар в обмен на другой. К договору мены применяются правила о купле-продаже.

Товары, подлежащие обмену, как правило, считаются равноценными, и расходы на их передачу и принятие осу-

Т а б л и ц а 5.7

Поведение одной стороны	Правила поведения другой стороны
1. Ранняя сторона не выполнила свое обязательство (или очевидны обстоятельства невыполнения)	Встречная сторона вправе приостановить исполнение своего обязательства или отказаться и потребовать возмещения ущерба
2. Ранняя сторона выполнила обязательство не в полном объеме	Встречная сторона вправе приостановить исполнение или отказаться от соответствующей части обязательства (неисполненной ранней стороной)
3. Встречная сторона исполнила обязательство, а ранняя — нет	Ранняя сторона обязана исполнить
4. У одной из сторон третьим лицом на законных основаниях изъят приобретенный товар	Эта сторона вправе потребовать от другой стороны возврата товара, приобретенного в обмен, и (или) возмещения убытков

ществляет сторона, принимающая соответствующие обязанности. Если же обмениваемые товары признаются неравноценными, то сторона, передающая в обмен товар меньшей стоимости, должна оплатить разницу в ценах непосредственно до или после исполнения обязанности по передаче товара, если иной порядок не предусмотрен договором мены.

Обмен товарами и переход права собственности на них происходят одновременно по исполнению обязательств. Однако если сроки передачи товаров не совпадают, то сторона, передающая товар последней, должна применять правила о встречном исполнении обязательства (*табл. 5.7*).

§ 5.1.7. Договор международной купли-продажи*

Понятие договора международной купли-продажи. Договор международной купли-продажи (контракт) — это *договор, фиксирующий в письменной форме коммерческие отношения между субъектами различного гражданства и определяющий права и обязанности сторон.*

Для договора международной купли-продажи характерны следующие признаки:

↖ одним из контрагентов по сделке выступает юридическое или физическое лицо иностранного государства (нерезидент) либо резидент РФ, имеющий за рубежом коммерческую организацию;

↖ товар находится на территории иностранного государства;

↖ при исполнении договора товар, как правило, пересекает таможенную границу одного или нескольких иностранных государств.

Обычно договор содержит вводную часть, реквизиты сторон (юридический адрес и банковские реквизиты) и следующие основные условия:

↖ предмет и объект поставки (наименование и количество товара);

↖ способы определения качества и количества товара;

↖ срок и место поставки;

↖ базисные условия **поставки**;

* Более подробно правовые основы внешнеторговой деятельности изложены в учебнике: *Круглова Н. Ю.* Коммерческое право. 2-е изд. — М.: Издательство РДЛ, 2003.

- ❖ цена товара и общая стоимость поставки;
- ❖ условия платежа;
- ❖ порядок сдачи-приемки товара;
- ❖ условия перевозки;
- ❖ условия о гарантиях и санкциях;
- ❖ порядок разрешения споров;
- ❖ обстоятельства 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;
- ❖ процедуры освобождения от ответственности;
- ❖ 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 и их ассоциациями. Наиболее часто встречающаяся форма типового контракта состоит из двух частей — согласуемой и унифицированной.

Договор международной купли-продажи в соответствии с ГК РФ заключается в простой письменной форме. Следует, однако, иметь в виду, что Венская Конвенция 1980 г. о договорах международной купли-продажи не требует заключения договора в письменной форме. Он может доказываться любыми средствами, включая свидетельские показания. СССР ратифицировал Венскую Конвенцию с оговоркой, что любое положение статьи 11, статьи 29 или части II Конвенции, которое допускает, чтобы договор купли-продажи, его изменение или прекращение соглашением сторон, либо оферта, акцепт или любое иное выражение намерения совершались не в письменной, а в любой иной форме, *неприменимо*, если хотя бы одна из сторон имеет свое коммерческое предприятие в СССР (постановление ВС СССР от 23 мая 1990 г. № 1511-1). С 24 декабря 1991 г. Российская Федерация продолжает членство бывшего СССР в ООН и несет в полном объеме ответственность по всем правам и обязательствам СССР согласно Уставу ООН и многосторонним договорам. Поэтому внешнеторговая

сделка, совершаемая резидентом РФ, подчиняется российскому законодательству.

Процесс заключения договора (в том числе международной купли-продажи) регулируется нормами ГК РФ (ст. 432—444). Юридическими инструментами этого процесса являются *оферта* и *акцепт*. При заключении и исполнении договора международной купли-продажи необходимо соблюдать общие нормы права, применимые к имущественному обороту (ГК РФ), и специальные нормы российского законодательства (таможенного, валютного, налогового, внешнеторгового и т. д.).

Источники правового регулирования договора международной купли-продажи. К отношениям, возникшим на основании договора международной купли-продажи, может применяться как российское, так и зарубежное право. Выбор законодательства партнеры осуществляют *по соглашению*. Если же в контракте такое соглашение отсутствует, то применяются коллизионные нормы.

Коллизионная норма — это норма, определяющая право какого государства должно быть применено к соответствующему правоотношению. Она имеет отсылочный характер. Ею можно руководствоваться только вместе с определенной материально-правовой нормой, к которой она отсылает, то есть нормой законодательства, решающей вопрос по существу. Она выражает определенное правило поведения для участников гражданского оборота, в нашем случае — продавца и покупателя по договору международной купли-продажи.

Согласно Конституции Российской Федерации 1993 г., общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы. Международные договоры Российской Федерации применяются к отношениям, регулируемым гражданским законодательством, непосредственно, кроме случаев, когда из международного договора следует, что для его применения требуется издание внутрисударственного акта. Если международным договором, в котором участвует Российская Федерация, установлены иные правила, чем предусмотренные гражданским законодательством, то применяются правила международного договора.

В практике международной торговли наиболее широко используется Венская Конвенция. Она определяет порядок

заключения договора, его основные условия, специальные торговые термины в отношении поставки товаров и способов определения цены, а также порядок перехода права собственности на товар. Применение ее ограничивается договорами купли-продажи, стороны которых находятся на территории различных договаривающихся государств, или случаями, когда к договору применимо право государства — участника Конвенции.

Если вопросы, относящиеся к предмету регулирования, прямо в Конвенции не решены, то они подлежат разрешению в соответствии с общими принципами Конвенции; в случае отсутствия необходимого принципа — в соответствии с правом, применимым в силу норм международного частного права.

Некоторые виды продаж под действие Венской Конвенции не подпадают. Например, продажа с аукциона, продажа ценных бумаг, судов воздушного и водного транспорта, электроэнергии. Венская Конвенция не содержит правил, регулирующих порядок расчетов по договору международной купли-продажи и сроки исковой давности. Условия, при которых требования покупателя и продавца друг к другу, вытекающие из договора международной купли-продажи товаров или связанные с его нарушением, прекращением либо недействительностью, не могут быть осуществлены вследствие истечения определенного периода времени, определяет Конвенция об исковой давности международной купли-продажи товаров (заключена в Нью-Йорке 14 июня 1974 г.).

Положения Венской Конвенции носят диспозитивный характер, то есть она предоставляет сторонам договора право в условиях контракта отступить от любого из ее положений. Если в договоре купли-продажи таких отступлений не предусмотрено, к нему должны применяться нормы Венской Конвенции.

Постоянно действующий в России арбитражный орган — Международный коммерческий арбитражный суд при Торгово-промышленной палате Российской Федерации — при разрешении споров учитывает торговые обычаи. В Законе РФ «О Международном коммерческом арбитраже» (от 7 июля 1993 г. № 5338-1) предусмотрено, что третейский суд принимает решение с учетом того, что этот суд разрешает споры на основе торговых обычаев.

Торговый обычай (custom in trade) — общепризнанное правило, сложившееся в сфере внешней торговли на осно-

вании постоянного и единообразного повторения данных фактических отношений. Признается источником права.

Применение принятых в международной торговой практике обычаев осуществляется арбитражным судом в следующих случаях:

✧ такое применение обусловлено в контракте, из которого возник спор;

✧ к обычаям отсылает норма права, подлежащего применению к спорному правоотношению;

✧ применение обычая основывается на положениях международного договора, действующего в отношении между государствами, к которым принадлежат стороны в споре.

В коммерческой практике также используются *торговые обыкновения (commercial usage)*, отражающие заведенный порядок или фактически установившееся в торговых отношениях правило, которое служит для определения воли сторон, прямо не выраженной в договоре. Торговые обыкновения учитываются постольку, поскольку стороны знали об их существовании и имели в виду, заключая договор. Чаще всего обыкновения применяются в области морских перевозок. Обыкновения не являются источником права, их применение в фактических отношениях зависит от воли сторон, прямо не выраженной в договоре.

Международная торговая палата издала сборник международных правил по толкованию торговых терминов — *ИНКОТЕРМС (International Commercial Terms — INCOTERMS)*, целью которых является разъяснение наиболее часто используемых условий поставки во внешней торговле, что позволяет свести до минимума или устранить различия в интерпретации этих терминов в различных странах.

ИНКОТЕРМС получил признание и широкое применение, поскольку предлагаемые в нем толкования отдельных терминов соответствуют наиболее распространенным торговым обычаям и правилам, сложившимся на международном рынке. ИНКОТЕРМС дает толкование только торговым условиям, используемым во контрактах международной купли-продажи, и не распространяется на условия договоров перевозки.

Главная цель толкования — четкое *определение условий контракта в отношении обязательств продавца по доставке товаров покупателю и унификация обязанностей сторон контракта*. Диапазон *базисных условий* весьма широк и охватывает все необходимые и достаточные варианты — от

случая, когда вся ответственность лежит на покупателе, до случая, когда вся ответственность лежит на продавце.

Предлагаемые в сборнике толкования соответствуют наиболее распространенным торговым обычаям и правилам, сложившимся в международной практике. Правила носят рекомендательный характер, их применение в полном объеме или в какой-то части в контракте зависит от волеизъявления договаривающихся сторон. При несовпадении толкования базисных условий в контракте и в ИНКОТЕРМС *приоритет имеют условия контракта.*

Приняв толкование термина по ИНКОТЕРМС в качестве общей основы контракта, стороны могут внести в него изменения или дополнения, соответствующие условиям, принятым в данной отрасли торговли, или обстоятельствам, сложившимся при заключении контракта. Содержание этих изменений должно быть детально оговорено в контракте, поскольку они могут существенным образом повлиять на уровень цены товара. Стороны могут дополнить контракт условиями, отражающими особенность сделки. Главный принцип, на котором основаны правила ИНКОТЕРМС, — *минимальная ответственность продавца.* Если покупатель, например, желает, чтобы продавец взял на себя расширенные обязательства по страхованию, необходимо внести в контракт соответствующие дополнительные условия, поскольку ссылка только на правила ИНКОТЕРМС не достаточна. Такие случаи, как нарушения контрактов и их последствия, а также трудные случаи по выявлению владельца товара остаются вне рассмотрения ИНКОТЕРМС.

Применение ИНКОТЕРМС способствует разрешению проблемы конфликтов между национальными законами и их трактовками с помощью типовых (стандартных) торговых условий и определений, которые предлагаются как «нейтральные» правила.

Базисные условия поставки. 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 с продавца к покупателю. Базисные условия создают основу (базис) цены в зависимости от того, включаются ли расходы по доставке в цену товара или нет. В редакции **ИНКОТЕРМС-1990** термины, определяющие базисные условия, подразделены на четыре группы (*табл. 5.8*).

Т а б л и ц а 5.8.
Базисные условия поставки

Группа терминов	Термины (условия)	Вид транспорта	Содержание условий			
			Момент перехода права собственности и рисков покупателю	Таможенная очистка товаров	Заключение договора перевозки и оплата фрахта/ перевозочной платы	Другие условия
1	2	3	4	5	6	7
Е	Франко-завод EXW	—	С момента предоставления товара в распоряжение покупателя в месте и в срок, указанный в договоре	Осуществляется покупателем	Осуществляется покупателем	Покупатель несет все расходы и все риски с момента предоставления товара в распоряжение покупателя
F	Франко-перевозчик (франко-вагон) FCA	Все виды, включая смешанный	С момента передачи товара перевозчику	Осуществляется покупателем	Осуществляется покупателем	Доставку товара перевозчику осуществляет продавец
	Свободно вдоль борта FAS	Водный	После того, как товар размещен на пристани вдоль борта судна	Осуществляется покупателем	Осуществляется покупателем	Доставку товара в порт погрузки осуществляет продавец
	Свободно по борту FOB	Водный	С момента переноса товара на борт через поручни судна	Осуществляется продавцом	Осуществляется покупателем	Продавец обязан за свой счет поставить товар на борт судна
C	Стоимость и фрахт CFR	Водный	Как в FOB	Осуществляется продавцом	Осуществляется продавцом	Продавец оплачивает расходы по доставке товара в пункт назначения, указанный в договоре
	Стоимость, страхование и фрахт CIF	Водный	Как в CFR	Осуществляется продавцом	Осуществляется продавцом	Как в CFR + продавец осуществляет страхование товара

1	2	3	4	5	6	7
	Фрахт/перевозочная плата и страхование оплачены до... CIP	Все виды, включая смешанный	Как в CFR	Осуществляется продавцом	Как в CFR. Продавец оплачивает фрахт/перевозочную плату до согласованного с покупателем пункта	Как в CFR + продавец осуществляет страхование товара до согласованного с покупателем пункта
	Фрахт/перевозочная плата оплачена до... CPT	Все виды, включая смешанный	Как в CIP	Как в CIP	Как в CIP	Страхование товара осуществляется покупателем
D	Поставка франко-граница (до границы) DAF	Все виды, включая смешанный	С момента передачи товара покупателю в указанном в договоре пункте на границе	Осуществляется покупателем	Осуществляется продавцом	Продавец несет все риски и все расходы по доставке в указанный пункт или порт назначения
	Поставка франко-судно (название порта назначения) DEC	Водный	С момента передачи товара покупателю на судне в порту назначения	Осуществляется покупателем	Осуществляется продавцом	Продавец несет все риски и все расходы по доставке в указанный порт назначения
	Поставка франко-причал (название порта). DEQ	Водный	С момента передачи товара покупателю на пристани в порту назначения	Осуществляется продавцом	Осуществляется продавцом	Как в DEC
	Поставка (название места назначения в стране ввоза) без оплаты пошлины DDU	Все виды, включая смешанный	С момента передачи товара покупателю в месте назначения	Осуществляется покупателем	Осуществляется продавцом	Продавец несет все риски и все расходы по доставке в указанное место назначения, но без оплаты таможенной пошлины
	Поставка (название места назначения в стране ввоза) с оплатой пошлины. DDP	Все виды, включая смешанный	Как в DDU	Осуществляется продавцом	Осуществляется продавцом	Как в DDU, но с оплатой таможенной пошлины

1. Ситуация, когда *продавец передает товары покупателю непосредственно в своих помещениях* (термины группы «Е» — отправка груза — EXW — франко-завод).

2. Ситуация, когда *продавец обязуется доставить груз перевозчику, выбранному покупателем* (термины группы «F» — основной вид транспортировки продавцом не оплачивается — FCA, FAS, FOB).

3. 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: продавец отвечает за перевозку груза, но не за его утрату, повреждения, не несет дополнительных расходов, возникших после отправки товара (термин группы «С» — основной вид транспортировки продавцом не оплачивается — CFR, CIF, CPT, CIP).

4. Термины, определяющие условия следования груза вплоть до его доставки в страну назначения. Продавец несет все расходы и принимает на себя все риски до момента доставки товара в страну назначения (группа «D» — прибытие груза — DAF, DES, DEQ, DDU, DDP).

В ИНКОТЕРМС к каждому термину указаны соответствующие обязанности продавца и покупателя. Однако разнообразие сфер и регионов торговли не позволяет в универсальных правилах детально сформулировать обязанности сторон по всем возможным договорам купли-продажи. Поэтому при подготовке проекта контракта необходимо изучить практику, сложившуюся в тех или иных сферах торговли, образцы действующих контрактов. Желательно, чтобы продавец и покупатель в период заключения контракта информировали друг друга о такой практике и во избежание неясностей четко отражали свои позиции соответствующими условиями контракта.

Правила ИНКОТЕРМС действуют только между сторонами договора купли-продажи и не распространяются на отношения, возникающие из договора перевозки. Ответы на вопросы, каким образом продавец должен выполнять свои обязанности по отгрузке товара перевозчику для их транспортировки и какова юридическая судьба груза в пути, следует искать в международном транспортном законодательстве либо в договоре международной перевозки.

Под термином «*перевозчик*» понимается не только предприятие, непосредственно осуществляющее перевозку, но

и предприятие, берущее на себя обязательства выступать в качестве перевозчика или посредника в осуществлении перевозки и доставить товар в пункт, указанный покупателем (юридическое или физическое лицо, ответственное по договору за перевозку).

Рассмотрим содержание и толкование базисов.

1. Условие «Е» — франко-завод (EXW). Это условие выгодно продавцу, поскольку налагает на него минимум обязанностей — единственная обязанность продавца состоит в том, чтобы предоставить товар на своем предприятии (на складах, в пакугазах, терминалах) в распоряжение покупателя. При этом продавец не отвечает за погрузку товара на предоставленное покупателем транспортное средство. Все риски, связанные с перевозкой товара от предприятия-продавца к месту назначения, несет покупатель. Этот базис устанавливает следующие обязанности сторон.

Продавец обязан:

1. Поставить товар в соответствии с условиями договора, предусматривающими его качество и состояние.

2. Предоставить товар в распоряжение покупателя в указанный в договоре срок в обозначенном пункте поставки для его погрузки на перевозочные средства покупателя, заблаговременно уведомив его об этом.

При этом на практике возникает вопрос о моменте перехода товара в собственность покупателя. Это — предоставление товара в распоряжение покупателя, под которым понимается создание продавцом организационных и правовых условий и возможностей, требуемых для того, чтобы покупатель мог осмотреть товар, проверить его качество и количество и принять его в свое владение. Поэтому если покупатель, оплатив фрахт транспорта, в указанную дату подаст вагон к погрузке, но окажется, что по вине продавца товар невозможно забрать, убытки включая транспортные расходы и оплату железнодорожного транспортного тарифа, будут возложены на продавца.

3. Обеспечить за свой счет упаковку, необходимую для того, чтобы покупатель мог принять исполнение. Данный базис предполагает применение продавцом минимальной упаковки своего товара, обеспечивающей погрузку товара.

В юридической литературе приводится характерное разбирательство в арбитражном суде спора между сторонами, связанного с применением базиса франко-завод.

Одно из уральских предприятий заключило договор поставки химической продукции (мочевины) в КНР на условиях «**франко-комбинат**». При приемке товара китайская сторона потребовала, чтобы за оговоренную цену мочевины была не просто погружена на железнодорожные платформы, а еще и упакована в полиэтиленовые мешки. Российский поставщик обоснованно не согласился с таким требованием, указав, что избранный базис поставки предполагает минимальную упаковку. Для взвешивания и проведения химического анализа мочевины, то есть для перехода товара в распоряжение импортера-покупателя, достаточно лишь ее погрузки на подвижной состав. Если же покупатель требует дополнительной упаковки, обеспечивающей лучшую сохранность груза в пути, продавец согласен сделать это за дополнительную оплату выгрузки товара, его фасовки и новой погрузки, а также стоимости полиэтиленовой тары. Арбитражный суд согласился с такой позицией и отказал китайской стороне в иске.

4. Оплачивать расходы, вызываемые проверкой товара (проверка качества, измерения, взвешивание, подсчет и др.), которая необходима для предоставления товара в распоряжение покупателя.

5. Нести все риски, которым может **подвергнуться** товар, и все расходы, связанные с поставкой товара, до момента, когда он будет предоставлен в распоряжение покупателя.

Покупатель обязан:

1. Принять поставленный товар, как только он будет предоставлен в распоряжение покупателя в месте и в срок, указанные в договоре; уплатить цену товара в соответствии с условиями договора.

2. Нести все расходы, выпадающие на товар, и все риски, которым он может подвергнуться, с момента, когда товар предоставлен в распоряжение покупателя.

3. Оплачивать таможенные пошлины и экспортные налоги.

2. Условия «F»:

❖ **франко-перевозчик (FCA — free carrier);**

❖ **свободно вдоль борта (FAS — free alongside ship);**

❖ **свободно на борту (FOB — free on board).**

По этим условиям *продавец должен передать товар перевозчику в соответствии с инструкциями покупателя*, который в свою очередь заключает договор перевозки и выбирает перевозчика.

Условие *франко-перевозчик* (при перевозке товара по железной дороге — *франко-вагон*) означает, что продавец считается выполнившим свои обязательства по поставке товара после передачи его перевозчику. Обязанности продавца заключаются в том, чтобы доставить товары, прошедшие *таможенную очистку* для ввоза, в распоряжение (под охрану) перевозчика или лица, действующего от его имени. Условия франко-перевозчик распространяются на поставку товара не только наземным, но и водным и воздушным транспортом. При условии франко-перевозчик риск случайной гибели или повреждения товара переходит с продавца на покупателя в момент передачи товара перевозчику. Как правило, место передачи товара перевозчику определяет покупатель, что специально должно быть оговорено в тексте договора международной купли-продажи. Если такого условия нет в контракте, место передачи товара перевозчику выбирает продавец.

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

При условии *FAS (свободно вдоль борта)* продавец считается исполнившим свои обязательства, когда товар размещен вдоль борта судна на набережной (пристани) или на лихтере (если судно стоит на рейде). Право собственности на товар переходит с продавца на покупателя после того, как товар размещен на пристани вдоль борта судна. Риск случайной гибели или повреждения товара и все последующие расходы переходят на покупателя с момента перехода к нему права собственности на товар. Как и при условии *франко-завод*, покупатель осуществляет таможенную очистку товара.

При условии *FOB (свободно на борту)* продавец обязан за свой счет поставить товар на борт судна, зафрахтованного покупателем, в согласованном порту погрузки в установленный срок, а также, в отличие от условия *FAS*, очистить товар от экспортных пошлин. Покупатель должен за свой счет зафрахтовать судно и своевременно известить продавца о сроке, условиях и месте погрузки, названии, времени прибытия судна. В этом случае право собственности и риск случайной гибели или повреждения товара, а также все дальнейшие расходы переходят с продавца на покупателя в момент переноса товара на борт через поручни данного судна.

3. Условия «С»:

- ✧ стоимость и фрахт (CFR — cost and freight);
- ✧ стоимость, страхование и фрахт (CIF — cost, insurance, freight);
- ✧ фрахт/перевозочная плата, страхование оплачены до... (CIP — cost, insurance paid for...);
- ✧ фрахт/перевозочная плата оплачены до... (CPT — cost paid to...).

При условиях «С» продавец должен заключить договор перевозки на обычных условиях за свой счет до указанного в договоре купли-продажи пункта. По условиям «стоимость, страхование и фрахт» и «фрахт, страхование оплачены до...» продавец также обязан оформить и оплатить страхование груза (товара).

Фрахт — плата владельцу транспортных средств (в основном морских) за предоставленные им услуги по перевозке грузов, а также в зависимости от условий договора плата за погрузку, выгрузку и укладку грузов.

Существо условий «С» заключается в том, что продавец освобождается от любого дальнейшего риска случайной гибели или повреждения товара и расходов после того, как он надлежащим образом выполнил свои обязательства: заключил договор перевозки, передал груз перевозчику и обеспечил страхование по условиям «стоимость, страхование и фрахт» и «фрахт, страхование оплачены до...» (договор отправки).

Условие поставки CFR (*стоимость и фрахт*) сходно с условием FOB. Риск случайной гибели или повреждения товара, а также риск любого увеличения расходов переходят с продавца на покупателя в момент переноса товара через поручни судна в порту отгрузки; Отличие заключается в том, что при условии CFR продавец берет на себя обязанность оплатить расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в указанный пункт назначения.

Условие поставки CIF (*стоимость, страхование и фрахт*) налагает на продавца, помимо обязанностей по условию CFR, также обязанность обеспечить страхование от риска случайной гибели или повреждения товара во время перевозки.

Продавец обязан: зафрахтовать тоннаж и оплатить фрахт, доставить товар в порт и погрузить его на борт судна в согласованный срок, передать покупателю *коносамент*, а также заключить договор со страховщиком, вы-

платить страховую премию, выписать на покупателя и вручить ему страховой полис.

Коносамент — документ, выдаваемый перевозчиком грузовладельцу в удостоверение факта принятия груза к морской перевозке и подтверждение обязательства передать его грузополучателю в порту назначения. Выполняет три функции: расписки в получении груза судном; товаросопроводительного документа в международной торговле; доказательства наличия и содержания договора о перевозке.

Условия поставки FAS, FOB, CFR, CIF используются только при транспортировке водным транспортом.

4. Условия «D»:

- ❖ поставка **франко** граница (**DAF** — delivered at frontier);
- ❖ поставка франко-судно (DES — delivered at ship);
- ❖ поставка **франко-причал** (DEQ — delivered et quay);
- ❖ поставка без уплаты таможенных пошлин (DDU — delivered duty unpaid);
- ❖ поставка с уплатой таможенных пошлин (DDP — delivered duty **paid**).

При условиях «D» *продавец отвечает за прибытие товара в согласованный пункт или порт назначения и несет при этом все виды риска и все расходы по доставке (договор прибытия)*. Эти условия подразделяются на две категории:

❖ по условиям *«поставка франко-граница»*, *«поставка франко-судно»* и *«поставка без уплаты таможенных пошлин*»* продавец *не обязан* доставлять товар с осуществлением таможенной очистки для импорта;

❖ по условиям *«поставка франко-причал»* и *«поставка с уплатой таможенных пошлин»* продавец *обязан* доставить товар и произвести таможенную очистку товара.

Выбор того или иного базисного условия поставки определяют стороны договора, которые должны иметь в виду, что данный выбор предопределяет содержание многих последующих условий контракта. При этом и продавец, и покупатель исходят из принципа наименьших материальных затрат на поставку. Например, расходы, которые несет продавец, по условию франко-склад покупателя, включаются в стоимость товара, которая может оплачиваться в иностранной валюте. Если у покупателя — нехватка валюты — для него более выгодны условия франко-завод. В этом случае покупатель может избежать дополнительных расходов в иностранной валюте, организовав, например, доставку то-

вара на собственном транспорте или по договору с перевозчиком, не требующим платы в иностранной валюте.

Содержание договора международной купли-продажи товаров. Особенностью правового регулирования договоров международной купли-продажи товаров является то, что стороны договора должны определить, законодательство какой страны применимо к данному договору. Выбор законодательства партнеры осуществляют по соглашению. Если в договоре такое соглашение отсутствует, то в случае возникновения спора суд, арбитражный суд применяет соответствующие *коллизионные нормы* национального законодательства. Следует отметить, что иностранное законодательство, избранное сторонами договора, не может быть применено к отношениям сторон, если это противоречит публичному порядку Российской Федерации.

Наименования сторон в договоре, страны их принадлежности должны быть полными и точными, без сокращений. Недопустимо использование аббревиатур, если только это не общепризнанные наименования. При идентификации договаривающихся сторон точно указывают фирменные наименования, под которыми партнеры зарегистрированы в торговом (государственном) реестре страны принадлежности; их правовое положение (организационно-правовая форма), включая номер и тип лицензии на данный вид деятельности, юридический и фактический адреса.

При заключении договора международной купли-продажи необходимо достичь соглашения по всем существенным условиям. К ним относятся:

- ✧ предмет договора;
- ✧ качество товара;
- ✧ цена товара и общая сумма контракта;
- ✧ сроки поставки;
- ✧ способ платежа.

§ 5.2. ПОСТАВКА ТОВАРОВ

§ 5.2.1. Договор поставки

Правила, установленные Гражданским кодексом для договора поставки, предъявляют более жесткие требования к действиям сторон, чем правила договора купли-продажи. Это связано с тем, что стороны договора поставки

предполагаются профессиональными участниками предпринимательской деятельности. Поэтому закон регулирует ряд ситуаций, связанных с поставкой товаров между участниками гражданского оборота, которые не регулируются для договора купли-продажи.

По договору поставки поставщик — продавец, *осуществляющий предпринимательскую деятельность*, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю *для использования в предпринимательской деятельности* или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

В случае, когда при заключении договора поставки между сторонами возникли разногласия по отдельным условиям договора, сторона, предложившая заключить договор и получившая от другой стороны предложение о согласовании этих условий, должна *в течение тридцати дней* со дня получения этого предложения, если иной срок не установлен законом или не согласован сторонами, принять меры по согласованию соответствующих условий договора либо письменно уведомить другую сторону об отказе от его заключения. Сторона, получившая предложение по соответствующим условиям договора, но не принявшая мер по согласованию условий договора поставки и не уведомившая другую сторону об отказе от заключения договора в предусмотренный срок, *обязана возместить убытки, вызванные уклонением от согласования условий договора*.

Периоды и порядок поставки товаров. В случае, когда сторонами предусмотрена поставка товаров в течение срока действия договора поставки отдельными партиями и сроки поставки отдельных партий (*периоды поставки*) в нем не определены, товары должны поставаться равномерными партиями ежемесячно, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов, существа обязательства или обычаев делового оборота. Наряду с определением периодов поставки в договоре может быть установлен *график поставки товаров* (декадный, суточный, часовой и т. п.)-

Досрочная поставка товаров может производиться с согласия покупателя. Товары, поставленные досрочно и принятые покупателем, засчитываются в счет количества товаров, подлежащих поставке в следующем периоде.

Т а б л и ц а 5.9

Условия договора	Правила исполнения обязательств
1. Поставка товара производится отдельными партиями, периоды поставки не определены	Товары должны поставляться равномерными партиями ежемесячно
2. Определены периоды и график поставок (декадный, суточный, часовой)	Товары поставляются в соответствии с графиком поставок. Досрочная поставка допускается с согласия потребителей и засчитывается в счет поставок следующего периода
3. Предусмотрена отгрузка товаров получателям по отгрузочной разнарядке	Отгрузка осуществляется получателям, указанным в отгрузочной разнарядке покупателя

Поставка товаров осуществляется поставщиком путем отгрузки (передачи) товаров покупателю, являющемуся стороной договора поставки, или лицу, указанному в договоре в качестве получателя. В случае, когда договором поставки предусмотрено право покупателя давать поставщику указания об отгрузке (передаче) товаров получателям (*отгрузочные разнарядки*), отгрузка (передача) товаров осуществляется поставщиком получателям, указанным в отгрузочной разнарядке. Содержание отгрузочной разнарядки и срок ее направления покупателем поставщику определяются договором. Если срок направления отгрузочной разнарядки договором не предусмотрен, она должна быть направлена поставщику не позднее чем за тридцать дней до наступления периода поставки. Непредставление покупателем отгрузочной разнарядки в установленный срок дает поставщику право либо отказаться от исполнения договора поставки, либо потребовать от покупателя оплаты товаров. Кроме того, поставщик вправе потребовать возмещения убытков, причиненных в связи с непредставлением отгрузочной разнарядки.

Варианты условий поставки товаров рассмотрены в *табл. 5.9*.

Доставка товаров. Доставка товаров поставщиком осуществляется транспортом, предусмотренным договором поставки, и на определенных в договоре условиях. Если в договоре не определено, каким видом транспорта или на каких условиях осуществляется доставка, право выбора вида транспорта или определения условий доставки това-

ров принадлежит поставщику, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов, существа обязательства или обычаев делового оборота.

Договором поставки может быть предусмотрено получение товаров покупателем (получателем) в месте нахождения поставщика (*выборка товаров*).

Восполнение недопоставки товаров. Поставщик, допустивший недопоставку товаров в отдельном периоде поставки, обязан восполнить недопоставленное количество товаров в следующем периоде (периодах) в пределах срока действия договора поставки, если иное не предусмотрено договором.

В случае, когда товары отгружаются поставщиком несколькими получателям, указанным в договоре поставки или отгрузочной разрядке покупателя, товары, поставленные одному получателю сверх количества, предусмотренного в договоре или отгрузочной разрядке, не засчитываются в покрытие недопоставки другим получателям, если иное не предусмотрено в договоре.

Покупатель вправе, уведомив поставщика, отказаться от принятия товаров, поставка которых просрочена, если в договоре поставки не предусмотрено иное. Товары, поставленные до получения поставщиком уведомления, покупатель обязан принять и оплатить.

Ассортимент товаров, недопоставка которых подлежит исполнению, определяется соглашением сторон. При отсутствии такого соглашения поставщик обязан исполнить недопоставленное количество товаров в ассортименте, установленном для того периода, в котором допущена недопоставка.

Поставка товаров одного наименования в большем количестве, чем предусмотрено договором поставки, не засчитывается в покрытие недопоставки товаров другого наименования, входящих в тот же ассортимент, и подлежит исполнению.

Принятие товаров покупателем. Покупатель (получатель) обязан совершить все необходимые действия, обеспечивающие принятие товаров, поставленных в соответствии с договором поставки; провести осмотр, проверить количество и качество товаров и о выявленных несоответствиях и недостатках незамедлительно письменно уведомить поставщика.

Правоотношения между поставщиком и покупателем, касающиеся других условий поставки, приводятся в *табл. 5.10*.

Т а б л и ц а 5.10

Сложившиеся условия (условия договора)	Правила поведения сторон
ОТВЕТСТВЕННОЕ ХРАНЕНИЕ ТОВАРА, НЕ ПРИНЯТОГО ПОКУПАТЕЛЕМ	
1. Покупатель на законных основаниях отказывается от переданного поставщиком товара	Покупатель обязан обеспечить ответственное хранение товара и незамедлительно уведомить поставщика. Поставщик обязан вывести товар от покупателя или распорядиться им в разумный срок
2. Поставщик не распорядился товаром в разумный срок	Покупатель вправе продать товар или возвратить его поставщику. Выручка от продажи товара за вычетом причитающегося покупателю передается поставщику. Расходы за хранение или возврат возмещаются поставщиком
ВЫБОРКА ТОВАРОВ	
3. Договором поставки предусмотрено выборка товаров покупателем в месте нахождения поставщика	Покупатель обязан осуществить осмотр передаваемых товаров в месте их передачи
4. Покупатель не осуществил выборку в установленный (разумный) срок	Поставщик вправе отказаться от исполнения договора либо потребовать от покупателя оплаты товара
РАСЧЕТЫ ЗА ПОСТАВЛЯЕМЫЕ ТОВАРЫ	
5. Соглашением сторон порядок и форма расчетов не определены	Расчеты оплачиваются платежными поручениями
6. Получатель (плательщик) неосновательно отказался от оплаты или не оплатил товар в срок	Поставщик вправе потребовать оплаты от покупателя
7. В договоре предусмотрено на поставку товара определенными частями, входящими в комплект	Оплата производится после отгрузки (выборки) последней части, входящей в комплект
ПОСЛЕДСТВИЯ ПОСТАВКИ ТОВАРОВ НЕНАДЛЕЖАЩЕГО КАЧЕСТВА И НЕКОМПЛЕКТНЫХ	
8. Поставлены товары ненадлежащего качества (комплектности)	Покупатель вправе предъявить поставщику требования, предусмотренные для договора купли-продажи, если поставщик незамедлительно не заменит поставленные товары товарами надлежащего качества (комплектности)

9. Товар, купленный в розницу, возвращен потребителем как недоброкачественный (некомплектный) Покупатель (получатель), осуществляющий продажу поставленных ему товаров в розницу, вправе требовать от поставщика замены товаров надлежащего качества (некомплектных)

НЕДОПОСТАВКА ТОВАРОВ, НЕВЫПОЛНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ОБ УСТРАНЕНИИ НЕДОСТАТКОВ (ДОУКОМПЛЕКТОВАНИИ) ТОВАРОВ

10. Поставщик не поставил предусмотренное договором количество товаров либо не выполнил требования покупателя о замене недоброкачественных товаров или доукомплектовании товаров в установленный срок Покупатель вправе:
1. Приобрести непоставленные товары у других лиц с отнесением на поставщика всех необходимых и разумных расходов на их приобретение в виде разницы между установленной в договоре ценой и ценой по совершенной взамен сделке.
 2. Отказаться от оплаты недоброкачественных (некомплектных) товаров, а если они оплачены, потребовать возвращения уплаченной суммы впредь до устранения недостатков или замены товаров. Неустойка за недопоставку или просрочку поставки товаров взыскивается с поставщика до фактического исполнения обязательств в пределах его обязанности восполнить недопоставленное количество товаров в последующих периодах поставки

ПОГАШЕНИЕ ОДНОРОДНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО НЕСКОЛЬКИМ ДОГОВОРАМ ПОСТАВКИ

11. Количество поставленных товаров недостаточно для погашения обязательств по всем договорам поставки Поставленные товары должны засчитываться в счет исполнения договора, указанного поставщиком
12. Суммы оплаты недостаточно для погашения обязательств покупателя по всем договорам Уплаченная сумма должна засчитываться в счет исполнения долга, указанного покупателем
13. Поставщик или покупатель не воспользовались указанными правами Исполнение обязательств засчитывается по договору, срок исполнения которого наступил раньше, а при одновременном сроке — пропорционально в погашение обязательств по всем договорам

ОДНОСТОРОННИЙ ОТКАЗ ОТ ИСПОЛНЕНИЯ ДОГОВОРА И ИСЧИСЛЕНИЕ УБЫТКОВ ПРИ РАСТОРЖЕНИИ ДОГОВОРА

- | | |
|--|---|
| 14. Одна из сторон допустила существенное нарушение договора.
Нарушения поставщика: поставка товаров с трудноустраняемыми недостатками;
неоднократное нарушение сроков поставки.
Нарушения покупателя: неоднократное нарушение сроков оплаты; неоднократная невыборка товаров | Другая сторона может отказаться от исполнения договора или в одностороннем порядке изменить его. Срок изменения или расторжения договора наступает со дня получения партнером уведомления об этом, если в нем не указан другой срок |
| 15. После расторжения договора вследствие нарушения обязательств продавцом покупатель приобрел у другого лица по более высокой, но разумной цене товар взамен предусмотренного договором | Покупатель может предъявить продавцу требования о возмещении убытков в виде разницы между установленной в договоре ценой и ценой по совершенной взамен сделке |
| 16. Продавец в разумные сроки после расторжения договора вследствие нарушения обязательств покупателем продал товар другому лицу по более низкой, чем в расторгнутом договоре, но разумной цене | Продавец может предъявить покупателю, с которым расторгнут договор, требование о возмещении убытков в виде разницы между ценой договора и ценой по совершенной взамен сделке |
| 17. Сделка взамен расторгнутого договора не совершена; на данный товар имеется текущая цена (цена, обычно взимавшаяся при сравнимых обстоятельствах в месте предполагавшейся передачи товара) | Заинтересованная сторона может предъявить требование о возмещении убытков в виде разницы между ценой договора и текущей ценой на момент расторжения договора |

Некоторые типичные обстоятельства, вызывающие споры между сторонами договора поставки, и законодательные основания для разрешения споров приведены в *табл. 5.11.*

Т а б л и ц а 5.11. Некоторые типичные споры между сторонами договора поставки

Обстоятельства, вызывающие спор	Законодательные основания (правила) для разрешения споров
Моменты заключения и исполнения договора не совпадают, сторонами не указан срок поставки товара, и из договора не вытекает, что поставка должна осуществляться отдельными партиями	Поставка должна быть осуществлена в разумный срок. Если поставка не осуществлена в разумный срок, она должна быть исполнена в 7-дневный срок со дня предъявления покупателем требований об исполнении (<i>ст. 314 ГК РФ</i>)
2. Договором поставки предусмотрено получение товаров покупателем в месте нахождения поставщика (выборка товаров)	Поставщик считается исполнившим свои обязательства, когда товар в установленный договором срок был предъявлен в распоряжение покупателя: товар готов к передаче в надлежащем месте, идентифицирован путем маркировки или иным образом, и покупатель осведомлен о готовности товара к передаче (<i>ст. 458 ГК РФ</i>)
3. Товары поставлены ненадлежащего качества или некомплектные, однако покупателем не заявлены требования об их замене, устранении силами поставщика недостатков либо доукомплектовании (<i>ст. 475, 479, 480 ГК РФ</i>), и они не приняты покупателем на ответственное хранение (<i>ст. 514 ГК РФ</i>)	Поставщик не может быть признан просрочившим, и с него не может быть взыскана неустойка за недопоставку товара
4. Договор поставки заключен с условием его исполнения к строго определенному сроку (<i>п. 2 ст. 475 ГК РФ</i>). Восполнение недопоставленного товара в следующем периоде произведено:	<p>а) Если восполнение недопоставки имело место с согласия покупателя, но было произведено не в полном объеме, неустойка за недопоставку взыскивается с поставщика до фактического исполнения обязательства (<i>ст. 521 ГК РФ</i>)</p> <p>б) Уведомления покупателем поставщика об отказе принять просроченные товары не требуется. Если указанные товары покупателем приняты, обязательства</p>

Обстоятельства, вызывающие спор	Законодательные основания (правила) для разрешения споров
<p>а) с согласия покупателя;</p> <p>б) без согласия покупателя</p>	<p>поставщика считаются исполненными с нарушением установленного срока. Неустойка взыскивается однократно за период, в котором произошла недопоставка.</p>
<p>5. Поставщик нарушил условия договора об ассортименте товаров</p>	<p>Покупателем могут быть предъявлены требования, предусмотренные п. 2 ст. 468 ГК РФ. В частности, покупатель вправе отказаться как от товаров, не соответствующих условию об ассортименте, так и от всех переданных одновременно товаров. Такой отказ не считается отказом от исполнения обязательства и не влечет расторжения договора. Покупатель в этом случае вправе требовать неустойку за недопоставку всей партии товара.</p> <p>Если покупатель не отказался от товаров, не соответствующих условию об ассортименте, и поставка товаров данного наименования, согласно договору, должна осуществляться в следующие периоды поставки, то указанные товары должны зачитываться в счет объемов этих периодов.</p>
<p>6. Поставщик нарушил условия договора о комплектности товара (ст. 478 ГК РФ) или о поставке товара в комплекте (ст. 479 ГК РФ)</p>	<p>Если покупателем по договору поставки является организация, осуществляющая продажу товаров в розницу (ст. 492 ГК РФ), она вправе требовать замены такого товара, когда он возвращен потребителем, не предъявляя предварительно требования о доукомплектовании товара, поскольку иное не предусмотрено договором. В остальных случаях суд истребует у покупателей (получателей) доказательства соблюдения ими порядка, установленного ст. 480 ГК РФ, а именно:</p> <p>1) Покупатель вправе по своему выбору потребовать от продавца:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ соразмерного уменьшения покупной цены; ◆ доукомплектования товара в разумный срок. <p>2) Если продавец в разумный срок не выполнил требования покупателя о доукомплектовании товара, то покупатель вправе по своему усмотрению:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ потребовать замены неукомплектованного товара на комплектный;

Обстоятельства, вызывающие спор	Законодательные основания (правила) для разрешения споров
	<p>❖ отказать от исполнения договора поставки и потребовать возврата уплаченной суммы.</p>
<p>7. В качестве основной ответственности поставщика как грузоотправителя покупателем представлены документы о причинах несохранности товаров при их перевозке, составленные перевозчиком в одностороннем порядке</p>	<p>Документы о причинах несохранности груза (коммерческий акт, акт общей формы и т. п.), составленные перевозчиком в одностороннем порядке, подлежат в случае спора оценке судом наряду с другими документами, удостоверяющими обстоятельства, которые могут служить основанием для ответственности перевозчика, отправителя либо получателя груза (<i>п. 4 ст. 769 ГК РФ</i>).</p> <p>Если при разрешении спора выявляются обстоятельства, свидетельствующие о том, что недостатки товара явились следствием нарушения правил перевозки груза, за которые отвечает перевозчик, ответственность за эти недостатки не может быть возложена на поставщика.</p> <p>При наличии бесспорных доказательств, подтверждающих, что причиной несохранности товара явились противоправные действия поставщика, ответственность может быть возложена на последнего независимо от предъявления покупателем требований к перевозчику.</p>
<p>8. Товар поставлен с согласия покупателя досрочно (<i>п. 3 ст. 508 ГК РФ</i>)</p>	<p>Такое согласие само по себе не меняет условий договора о сроках оплаты и порядке расчетов, и в отсутствие соглашения сторон об ином оплата таких товаров должна производиться в порядке и сроки, предусмотренные договором.</p> <p>Если порядок и форма расчетов договором не определены и расчеты в силу <i>ст. 516 ГК РФ</i> должны осуществляться платежными поручениями, покупатель, согласившийся принять товар досрочно, обязан совершить действия, необходимые для оплаты товаров, не позднее следующего дня с момента их получения.</p> <p>В случаях, когда договором поставки установлена обязанность покупателя оплатить товары в течение определенного времени с момента их получения, срок платежа за товары, поставленные с согласия покупателя досрочно, исчисляется с момента их фактического получения.</p>

Обстоятельства, вызывающие спор	Законодательные основания (правила) для разрешения споров
9. Одной из сторон допущено существенное нарушение договора поставки	<p>Другая сторона вправе по своему выбору отказаться от исполнения этого договора как полностью, так и частично (<i>ст. 523 ГК РФ</i>).</p> <p>Сторона, заявившая об одностороннем отказе в связи с существенным нарушением условий договора со стороны контрагента, вправе предъявить ему требования о возмещении убытков, причиненных расторжением или изменением договора (<i>п. 5 ст. 453 ГК РФ</i>).</p>

§ 5.2.2. Поставка товаров для государственных нужд

Основные правила поставки товаров для государственных нужд определены Гражданским кодексом РФ. Общие правовые и экономические принципы и порядок формирования, размещения и исполнения на контрактной (договорной) основе заказов на закупку и поставку товаров, работ, услуг для федеральных государственных нужд предприятиями, организациями и учреждениями независимо от форм собственности установлены федеральным законом «О поставках продукции для федеральных государственных нужд» от 13 декабря 1994 г. № 60-ФЗ (в ред. от 6 мая 1999 г.).

Поставка товаров для государственных нужд осуществляется на основе *государственного контракта на поставку товаров для государственных нужд*, а также заключаемых в соответствии с ним *договоров поставки товаров для государственных нужд*.

Государственными нуждами признаются определяемые в установленном законом порядке потребности Российской Федерации или субъектов Российской Федерации в продукции, необходимой для решения задач обороны и безопасности страны, жизнеобеспечения страны и регионов, а также для реализации межгосударственных, федеральных и региональных целевых программ. Поставки продукции для федеральных государственных нужд обеспечиваются за счет средств федерального бюджета и внебюджетных источников, привлекаемых для этих целей, для региональных нужд — за счет средств субъектов Российской Федерации и внебюджетных источников.

По государственному контракту на поставку товаров для государственных нужд (далее — государственный контракт) *поставщик* (исполнитель) *обязуется передать товары государственному заказчику либо по его указанию иному лицу, а государственный заказчик обязуется обеспечить оплату поставленных товаров.*

Государственный контракт заключается на основе заказа государственного заказчика на поставку товаров для государственных нужд, принятого поставщиком (исполнителем).

Для государственного заказчика, разместившего заказ, принятый поставщиком (исполнителем), заключение государственного контракта является обязательным.

Заключение государственного контракта является обязательным для поставщика (исполнителя) лишь в случаях, установленных законом, и при условии, что государственным заказчиком будут возмещены все убытки, которые могут быть причинены поставщику (исполнителю) в связи с выполнением государственного контракта.

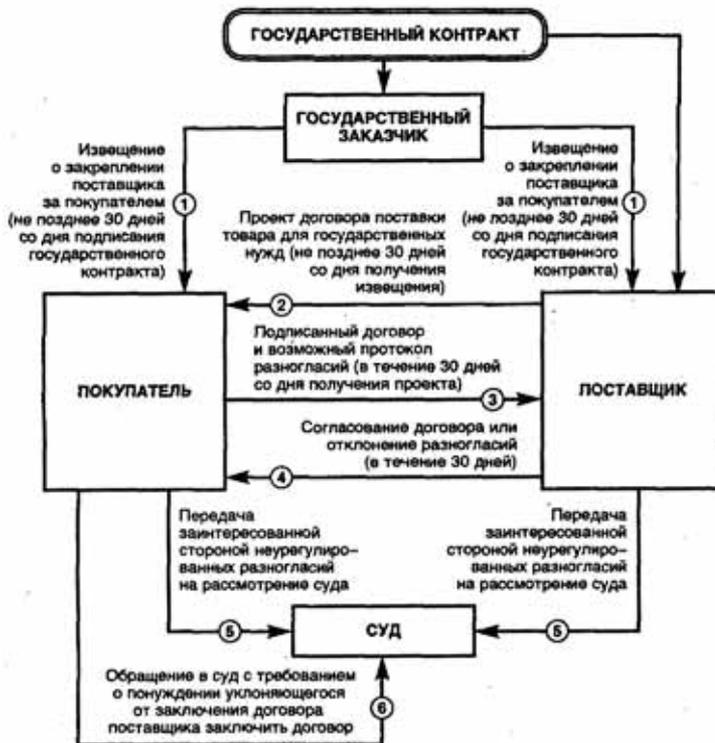
Условие о возмещении убытков не применяется в отношении казенного предприятия.

Если заказ на поставку товаров для государственных нужд размещается по конкурсу, заключение государственного контракта с поставщиком (исполнителем), объявленным победителем конкурса, является для государственного заказчика обязательным.

Алгоритм заключения договора поставки товаров для государственных нужд в случае, если государственным контрактом предусмотрено, что поставка товаров осуществляется поставщиком определенному государственным заказчиком потребителю, предоставлен на *схеме 5.1.*

Отказ покупателя от заключения договора поставки товаров для государственных нужд. Покупатель вправе полностью или частично отказаться от товаров, указанных в извещении о прикреплении, и от заключения договора на их поставку. В этом случае поставщик (исполнитель) должен незамедлительно уведомить государственного заказчика и вправе потребовать от него извещения о прикреплении к другому покупателю.

Государственный заказчик не позднее тридцати дней со дня получения уведомления поставщика (исполнителя) либо выдает извещение о прикреплении к нему другого покупателя, либо направляет поставщику (исполнителю) отгру-



С х е м а 5.1. Алгоритм заключения договора поставки для государственных нужд

зочную разрядку с указанием получателя товаров, либо сообщает о своем согласии принять и оплатить товары.

При невыполнении государственным заказчиком своих обязанностей поставщик (исполнитель) вправе либо потребовать от государственного заказчика принять и оплатить товары, либо реализовать товары по своему усмотрению с отнесением разумных расходов, связанных с их реализацией, на государственного заказчика.

Исполнение государственного контракта и его оплата. В случаях, когда в соответствии с условиями государственного контракта поставка товаров осуществляется непосредственно государственному заказчику или по его указанию (отгрузочной разрядке) другому лицу (получателю), отношения сторон по исполнению государственного контракта

та регулируются правилами, предусмотренными *статьями 506–523 ГК РФ* (правилами для договора поставки).

В случаях, когда поставка товаров для государственных нужд осуществляется получателем, указанным в отгрузочной разрядке, оплата товаров производится государственным заказчиком, если иной порядок расчетов не предусмотрен государственным контрактом.

При поставке товаров покупателям по договорам поставки товаров для государственных нужд оплата товаров производится покупателями по ценам, определяемым в соответствии с государственным контрактом, если иной порядок определения цен и расчетов не предусмотрен государственным контрактом.

При оплате покупателем товаров по договору поставки товаров для государственных нужд государственный заказчик признается поручителем по этому обязательству покупателя.

Возмещение убытков, причиненных в связи с выполнением или расторжением государственного контракта. Если иное не предусмотрено законами о поставке товаров для государственных нужд или государственным контрактом, убытки, которые причинены поставщику (исполнителю) в связи с выполнением государственного контракта, подлежат возмещению государственным заказчиком не позднее тридцати дней со дня передачи товара в соответствии с государственным контрактом.

В случае, когда убытки, причиненные поставщику (исполнителю) в связи с выполнением государственного контракта, не возмещаются в соответствии с государственным контрактом, поставщик (исполнитель) вправе отказаться от исполнения государственного контракта и потребовать возмещения убытков, вызванных расторжением государственного контракта.

При расторжении государственного контракта по основаниям, указанным в пункте 2 настоящей статьи, поставщик вправе отказаться от исполнения договора поставки товара для государственных нужд.

Убытки, причиненные покупателю таким отказом поставщика, возмещаются государственным заказчиком.

Отказ государственного заказчика от товаров, поставленных по государственному контракту. В случаях, предусмотренных законом, государственный заказчик вправе полностью или частично отказаться от товаров, поставка которых предусмотрена государственным

контрактом, при условии возмещения поставщику убытков, причиненных таким отказом.

Если отказ государственного заказчика от товаров, поставка которых предусмотрена государственным контрактом, повлечет расторжение или изменение договора поставки товаров для государственных нужд, убытки, причиненные покупателю таким расторжением или изменением, возмещаются государственным заказчиком.

§ 5.3. ТОРГОВЫЙ ОБОРОТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

§ 5.3.1. Предприятие как объект права

По своей экономической сущности *предприятие* — это *производственно-хозяйственная и социальная (социотехническая) система, имеющая своими главными целями удовлетворение потребностей общества в товарах определенного вида (работах, услугах) и предоставление рабочих мест гражданам как источников заработка, необходимого для обеспечения их жизнедеятельности.*

В соответствии с Гражданским кодексом РФ, *предприятие* — это объект гражданских прав. В таком качестве предприятием признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. Объекты гражданских прав (имущество) могут свободно отчуждаться (по договорам купли-продажи, мены) или переходить от одного лица к другому в порядке универсального правопреемства (наследования, реорганизации юридического лица) либо иным способом, если они не изъяты из оборота или не ограничены в нем. Предприятия во многих случаях являются материальной основой юридических лиц, которые, в свою очередь, рассматриваются в качестве субъектов (участников) гражданских правоотношений.

Из всех объектов гражданских прав ГК РФ особо выделил землю и другие природные ресурсы: они могут отчуждаться или переходить от одного лица к другому иными способами в той мере, в какой их оборот допускается законами о земле и других природных ресурсах.

Имущество может быть *недвижимым* (недвижимость) и *движимым*. К недвижимому имуществу относятся земельные участки, участки недр, обособленные водные объекты и

все, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе леса, многолетние насаждения, здания, сооружения. К недвижимым вещам относятся также подлежащие государственной регистрации воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты. Законом к недвижимым вещам может быть отнесено и иное имущество. Так ГК РФ относит к недвижимости предприятие в целом как имущественный комплекс, несмотря на то, что в его составе имеются движимые объекты (технологическое оборудование, инвентарь, сырье и др.).

Имущество, не относящееся к недвижимости, включая деньги и ценные бумаги, признается движимым.

Право собственности и другие вещные права на недвижимое имущество, ограничения этих прав, их возникновение, переход и прекращение *подлежат государственной регистрации* в Едином государственном реестре прав в соответствии с ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» от 21 июля 1997 г. № 122-ФЗ (в ред. от 9 июня 2003 г.). Государственная регистрация проводится учреждением юстиции по государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним на территории регистрационного округа по месту нахождения недвижимого имущества. Регистрации подлежат: право собственности, право хозяйственного ведения, право оперативного управления, право пожизненного наследуемого владения, право постоянного пользования, ипотека, сервитуты, а также иные права в случаях, предусмотренных **законом**. Кроме того, в случаях, предусмотренных законом, наряду с государственной регистрацией может осуществляться *специальная регистрация* или учет отдельных видов недвижимого имущества.

Регистрации прав на движимое имущество не требуется, кроме случаев, предусмотренных законом.

Государственная регистрация недвижимости носит публичный характер. Поэтому орган, который ее осуществляет, обязан предоставлять любому лицу информацию о произведенной регистрации и зарегистрированных правах.

Деление имущества на движимое и недвижимое учитывается различными правовыми нормами. Так, залог недвижимости (ипотека) подчинен специальным правилам и имеет, в частности, иной порядок обращения взыскания на заложенное имущество, чем при залоге движимости.

Или, например, различны нормы, регулирующие порядок возникновения права собственности на **вновь** созданную недвижимость и вновь созданную движимость. Государственные (муниципальные) унитарные предприятия наделены различным объемом прав на принадлежащее им движимое и недвижимое имущество. В частности, закон запрещает указанным предприятиям продавать принадлежащее им недвижимое имущество без согласия собственника, в то время как для распоряжения движимым имуществом тем же субъектам согласия собственника не требуется. Подобных примеров можно привести достаточно много.

В состав предприятия как имущественного комплекса входят *все виды имущества, предназначенные для его деятельности*, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания) и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором.

Предприятие выступает в качестве объекта различных сделок. Нормами ГК РФ предусмотрено, что предприятие в целом или его часть могут быть объектом купли-продажи, залога, аренды и других сделок, связанных с установлением, изменением и прекращением вещных прав.

Особым объектом права выступает часть предприятия. При этом существенным условием совершаемой сделки служит перечень имущества, входящего в эту часть.

§ 5.3.2. Купля-продажа недвижимости

По договору купли-продажи недвижимого имущества (договору продажи недвижимости) *продавец обязуется передать в собственность покупателя земельный участок, здание, сооружение или другое недвижимое имущество.*

Сторонами договора продажи недвижимости могут быть любые физические и юридические лица, в том числе и субъекты предпринимательской деятельности. Договор продажи недвижимости заключается в письменной форме путем составления одного документа, подписанного сторонами. Несоблюдение формы договора влечет его недействительность.

Специфические черты недвижимости (особая ценность, непотребляемость в процессе использования и т. п.) вызывают необходимость применения специальных правил, регулирующих участие таких объектов в имущественном обороте. Так, ГК РФ предусмотрен ряд правил в отношении обязательной государственной регистрации права собственности и иных вещных прав на недвижимое имущество (государственной регистрации подлежит не сам договор продажи недвижимости, а переход права собственности на недвижимость по такому договору от продавца к покупателю).

К сделкам с земельными участками, в том числе и к продаже земельных участков, нормы Гражданского кодекса применяются только в той мере, в какой их оборот допускается земельным законодательством.

Существенными условиями договора купли-продажи недвижимости являются условия о предмете и цене. Условие о предмете договора должно содержать такие данные, которые позволяют определенно установить недвижимое имущество, подлежащее передаче покупателю по договору, то есть данные, позволяющие определить расположение недвижимого имущества на соответствующем земельном участке или в составе другого недвижимого имущества. Если в договоре отсутствуют такие данные, то условие о недвижимом имуществе считается несогласованным, а договор — незаключенным.

Основные нормы, регулирующие права сторон в отношении земельного участка, на котором расположена недвижимость, в зависимости от особенностей предмета и условий договора ее продажи, приводятся в *табл. 5.12*.

Договор продажи недвижимости должен предусматривать *цену* этого имущества. Если иное не предусмотрено законом или договором продажи недвижимости, установленная в нем цена здания, сооружения или другого недвижимого имущества, находящегося на земельном участке, включает цену передаваемой с этим недвижимым имуществом соответствующей части земельного участка или права на его аренду. В случаях, когда цена недвижимости в договоре продажи недвижимости установлена на единицу ее площади или иного показателя ее размера, общая цена такого недвижимого имущества, подлежащая уплате, определяется на основе фактического размера переданного покупателю недвижимого имущества. При отсутствии в договоре согласованного сторонами в письменной форме

Т а б л и ц а 5.12

<p>Особенности предмета и условий договора продажи недвижимости</p>	<p>Норма, регулирующая права сторон</p>
<p>Договором определены права на часть земельного участка, находящегося в собственности продавца, передаваемые покупателю недвижимости</p>	<p>Одновременно с переходом права собственности на купленную недвижимость покупателю передаются права на ту часть земельного участка, которая занята недвижимостью и необходима для ее использования: право собственности, право аренды.</p>
<p>Договором не определено право покупателя недвижимости на соответствующий земельный участок (находящийся в собственности продавца)</p>	<p>К покупателю переходит право собственности на ту часть земельного участка, которая занята недвижимостью и необходима для ее использования.</p>
<p>Земельный участок не принадлежит продавцу недвижимости на праве собственности</p>	<p>Для продажи недвижимости согласия собственника этого земельного участка не требуется, если такая продажа не противоречит условиям пользования земельным участком, установленным законом или договором. Покупатель приобретает право пользования соответствующей частью земельного участка на тех же условиях и в том же объеме, что и продавец недвижимого имущества.</p>
<p>Земельный участок и находящаяся на нем недвижимость принадлежат одному лицу</p>	<p>Отчуждение земельного участка без находящейся на нем недвижимости <i>не допускается</i>.</p>
<p>Недвижимость находится на земельном участке, принадлежащем на праве собственности нескольким лицам</p>	<p>Отчуждение доли в праве собственности на недвижимость влечет за собой отчуждение доли в праве собственности на земельный участок, размер которой пропорционален доле в праве собственности на недвижимость.</p>
<p>Недвижимость находится на ограниченном в обороте земельном участке и принадлежит одному лицу</p>	<p>Отчуждение недвижимости проводится вместе с земельным участком, если федеральным законом разрешено предоставлять такой земельный участок в собственность граждан и юридических лиц</p>

условия о цене недвижимости договор о ее продаже считается *незаклученным*. При этом правила определения цены, предусмотренные для остальных договоров, не применяются.

Передача недвижимости продавцом и принятие ее покупателем *осуществляются* по подписываемому сторонами *передаточному акту* или иному документу о передаче. Если иное не предусмотрено законом или договором, обязательство продавца передать недвижимость покупателю считается исполненным после вручения этого имущества покупателю и подписания сторонами соответствующего документа о передаче. Уклонение одной из сторон от подписания документа о передаче недвижимости на условиях, предусмотренных договором, считается отказом соответственно продавца от исполнения обязанности передать имущество, а покупателя — обязанности принять имущество.

Принятие покупателем недвижимости, не соответствующей условиям договора продажи недвижимости, в том числе в случае, когда такое несоответствие оговорено в документе о передаче недвижимости, *не является основанием для освобождения продавца от ответственности за ненадлежащее исполнение договора*. В случае передачи продавцом покупателю недвижимости, не соответствующей условиям договора продажи недвижимости о ее качестве, применяются соответствующие правила договора купли-продажи, *за исключением положений о праве покупателя потребовать замены товара ненадлежащего качества на товар, соответствующий договору*.

§ 5.3.3. Слияние и поглощение компаний

Укрупнение компании является объективным фактором успеха ее деятельности. Оно осуществляется двумя путями:

- а) приобретением активов и финансированием их за счет собственных или заемных средств (внутренний рост);
- б) слиянием с другой компанией или приобретением другой компании, или участием в ней (внешний рост).

Рассмотренные выше покупка недвижимости, покупка предприятий (как имущественного комплекса), совершение крупных сделок по купле-продаже имущества хозяйственного общества — все это способы внутреннего роста.

Самым простым способом внешнего роста является *добровольное слияние* на основании договора двух или нескольких хозяйственных обществ. В этом случае создается новое общество, к которому переходят все права и обязательства слившихся обществ. Мотивом слияния обычно выступает желание удержать общими усилиями позиции в конкуренции. Движущей силой слияния является выгода, которую получают акционеры всех обществ, участвующих в этом процессе. Последние годы имели место **слияния** (тенденции слияния) целого ряда крупных компаний в **США** (преимущественно аэрокосмические компании), Германии (автомобильные фирмы), России (нефтедобывающие компании).

Другим способом внешнего роста является *поглощение компании* — покупка всех ее активов или всех ее акций. В случаях, когда приобретаются только активы, покупатель не берет на себя обязательств **компании-продавца** (в отличие от поглощения при покупке предприятия к покупателю переходит весь комплекс имущества, включая и обязательства продавца). При этом компания-продавец может сохраниться, но уже в другом качестве.

При покупке поглощающей компанией акций поглощаемой компании последняя входит *в состав компании-покупателя со всеми своими активами и обязательствами*. Акционеры поглощаемой компании получают денежные выплаты или акции компании-покупателя.

Поглощение другой компании путем покупки ее активов или всех ее акций требует наличия у покупателя или получения им в кредит крупных денежных сумм (если оплата осуществляется деньгами) или дополнительной эмиссии акций (если оплата осуществляется акциями). Наиболее легким путем поглощения является **приобретение** контрольного пакета акций поглощаемой компании и последующая постепенная скупка ее акций вплоть до выкупа всех акций.

§ 5.3.4. Продажа предприятия (имущественного комплекса)

Особенность продажи предприятия как имущественного комплекса, предназначенного для предпринимательской деятельности, заключается в том, что такая продажа не связана непосредственно с преобразованием, реорганизацией или ликвидацией юридического лица, владевшего

этим имуществом. Юридическое лицо может продать свой имущественный комплекс для того, чтобы приобрести новые активы в целях коренной реконструкции производства или изменения технологической специализации. Новый собственник купленного имущественного комплекса также не изменяет этим приобретением организационно-правовой статус своего юридического лица.

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.

Права на фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и другие средства индивидуализации продавца и его товаров, работ или услуг, а также принадлежащие ему на основании лицензии права использования таких средств индивидуализации переходят к покупателю, если иное не предусмотрено договором. Очевидно, например, что, если юридическое лицо (фирма) продает одно из нескольких принадлежащих ему предприятий, оно сохраняет за собой права на средства индивидуализации.

Права продавца, полученные им на основании лицензии на занятие соответствующей деятельностью, не подлежат передаче покупателю предприятия, если иное не установлено законом или иными правовыми актами. Передача покупателю в составе предприятия обязательств, исполнение которых покупателем невозможно при отсутствии у него лицензии, не освобождает продавца от соответствующих обязательств перед кредиторами. За неисполнение таких обязательств продавец и покупатель несут перед кредиторами *солидарную* ответственность. Таким образом, продавец заинтересован продать предприятие лицу, уже имеющему лицензию на занятие аналогичной деятельностью.

В договоре продажи предприятия должны быть точно указаны состав и стоимость продаваемого предприятия, которые определяются на основе полной инвентаризации предприятия, проводимой в соответствии с установленными правилами такой инвентаризации. В настоящее время действуют методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утвержденные приказом Министерства финансов РФ от 13 июня 1995 г. № 49.

Под имуществом организации в данном случае понимаются основные средства, нематериальные активы, финан-

совые вложения, производственные запасы, готовая продукция, товары, прочие запасы, денежные средства и прочие финансовые активы. А под финансовыми обязательствами — кредиторская задолженность, кредиты банков, займы и резервы. Инвентаризации подлежат все имущество организации независимо от его местонахождения и все виды финансовых обязательств, то есть инвентаризации подлежит предприятие как имущественный комплекс.

Таким образом, продажа должна быть осуществлена по цене имущества, определенной на основе инвентаризации, без учета иных факторов, могущих влиять на цену, в том числе без учета сложившейся ситуации на конкретном рынке. Данное положение ограничивает свободу договора и существенно снижает возможность заключения такой сделки.

ГК РФ содержит правила, позволяющие удостоверить состав продаваемого предприятия. Так, стороны до подписания договора продажи предприятия должны составить и рассмотреть 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.

Указанные документы являются обязательным приложением к договору продажи предприятия. Договор продажи заключается в письменной форме путем составления одного документа, подписанного сторонами. При этом отсутствие какого-либо из вышеназванных документов расценивается как несоблюдение установленной формы договора и влечет его недействительность.

В связи с тем, что предприятие признается недвижимостью, продажа предприятия подлежит государственной регистрации в соответствии с ГК РФ и Федеральным законом «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним». Однако в отличие от договора продажи недвижимости для договора продажи предприятия установлена не только государственная регистрация перехода прав на имущество, но и государственная регистрация самого договора. Именно с момента такой регистрации договор считается заключенным.

Предприятие считается переданным покупателю со дня подписания сторонами передаточного акта. Именно с этого момента на покупателя переходит риск случайной гибели или повреждения имущества. Учитывая, что договор про-

даже предприятия считается заключенным с момента государственной регистрации, передача предприятия покупателю по передаточному акту возможна только после соответствующей государственной регистрации договора.

Одной из характерных особенностей договора продажи предприятия, выделяющей его в самостоятельный вид договора продажи недвижимости, является то, что продажа предприятия может сопровождаться, с одной стороны, *уступкой прав требований* продавца покупателю, а с другой — *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 передачи покупателю этого предприятия. Объем прав кредиторов и последствия реализации ими своих прав для сторон поставлены в прямую зависимость от исполнения продавцом и покупателем обязанности по уведомлению кредиторов о продаже предприятия.

Кредиторам, как получившим уведомление о продаже предприятия, но не давшим согласие на перевод долга, так и не получившим такого уведомления, предоставлено право потребовать прекращения или досрочного исполнения обязательств и возмещения продавцом причиненных этим убытков; признания договора продажи предприятия недействительным полностью или в соответствующей части. Разница между ними состоит в том, что кредитор, получивший уведомление, может воспользоваться своими правами в течение трех месяцев со дня получения уведомления о продаже предприятия, а кредитор, не получивший такого уведомления, — в течение года со дня, когда он узнал или должен был узнать о передаче предприятия покупателю.

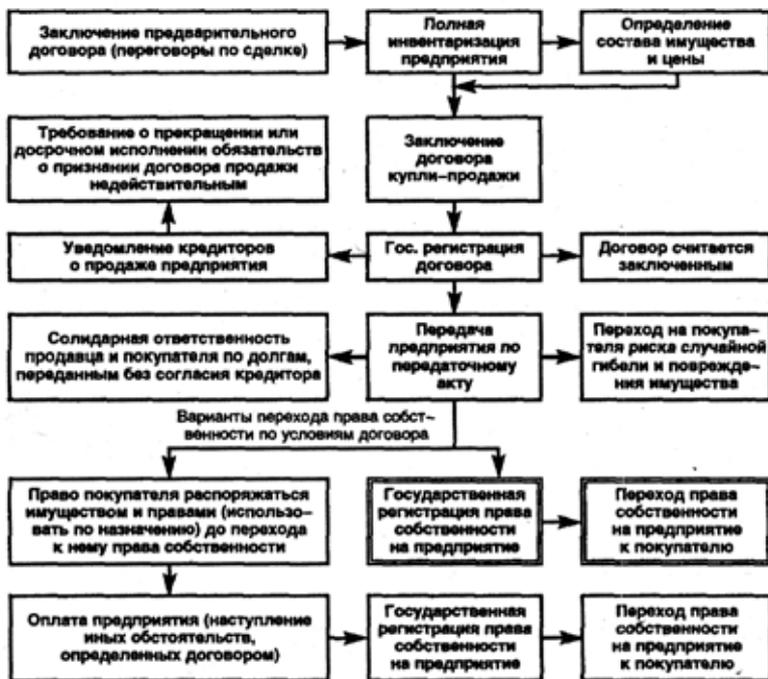
Кроме того, по долгам, включенным в состав проданного предприятия, которые были переданы покупателю без согласия кредиторов на перевод этих прав, *продавец и покупатель после передачи предприятия последнему несут солидарную ответственность*.

Отметим, что, несмотря на предусмотренные меры защиты кредиторов, ГК РФ все-таки допускает возможность передачи долга без согласия кредитора лишь с обязательным его уведомлением. В то же время общее правило предусматривает, что перевод долга на другое лицо допускается лишь с согласия кредитора (*см. 391*).

Таким образом, в данном случае закон в первую очередь защищает интересы продавца.

Право собственности на предприятие переходит к покупателю с момента государственной регистрации этого права. Если иное не предусмотрено договором продажи предприятия, право собственности на предприятие переходит к покупателю и подлежит государственной регистрации непосредственно после передачи предприятия покупателю. В случаях, когда договором предусмотрено сохранение за продавцом права собственности на предприятие, переданное покупателю, *до оплаты предприятия* или до наступления иных обстоятельств, покупатель вправе до перехода к нему права собственности *распоряжаться имуществом и правами*, входящими в состав переданного предприятия, в той мере, в какой это необходимо для целей, для которых предприятие было приобретено.

Изложенный выше алгоритм продажи предприятия иллюстрируется *схемой 5.2*.



С х е м а 5.2. Алгоритм продажи предприятия

Если иное не вытекает из договора или из правил, изложенных дальше, *последствия передачи продавцом и принятия покупателем по передаточному акту предприятия, состав которого не соответствует предусмотренному договором его продажи*, в том числе в отношении качества переданного имущества, *определяются на основании правил купли-продажи, установленных ГК РФ:*

❖ *статья 460.* Обязанность продавца передать товар свободным от прав третьих лиц;

❖ *статья 461.* Ответственность продавца в случае изъятия товара у покупателя;

Т а б л и ц а 5.13.

Ситуация	Правило, определяющее последствия
Предприятие передано и принято по передаточному акту, в котором указаны сведения о выявленных недостатках предприятия и об утраченном имуществе	Покупатель вправе требовать соответствующего уменьшения покупной цены предприятия, если право на предъявление в таких случаях иных требований не предусмотрено договором продажи предприятия
В составе предприятия переданы долги (обязательства) продавца, которые не были указаны в договоре продажи предприятия или передаточном акте	Покупатель вправе требовать уменьшения покупной цены, если продавец не докажет, что покупатель знал о таких долгах (обязательствах) во время заключения договора и передачи предприятия
Покупатель уведомил продавца о недостатках имущества, переданного в составе предприятия, или отсутствии в этом составе отдельных видов имущества, подлежащих передаче	Продавец может без промедления заменить имущество ненадлежащего качества или предоставить покупателю недостающее имущество
Установлено, что предприятие ввиду недостатков, за которые продавец отвечает, не пригодно для целей, названных в договоре продажи, и эти недостатки не устранены продавцом на условиях, в порядке и в сроки, которые установлены в соответствии с ГК РФ, другими законами, иными правовыми актами или договором, либо устранение таких недостатков невозможно	Покупатель вправе в судебном порядке требовать расторжения или изменения договора продажи предприятия и возвращения того, что исполнено сторонами по договору

❖ *статья 462.* Обязанности покупателя и продавца в случае предъявления иска об изъятии товара;

❖ *статья 466.* Последствия нарушения условия о количестве товара;

❖ *статья 475.* Последствия передачи товара ненадлежащего качества;

❖ *статья 478.* Комплектность товара.

Правила, предусматривающие иные последствия передачи продавцом и принятия покупателем предприятия с недостатками, изложены в *табл. 5.13.*

Следует отметить, что в Гражданском кодексе РФ предприятие рассматривается не как производственно-хозяйственная и социальная система, а как объект или субъект права. Так, определение, данное предприятию в Гражданском кодексе (предприятие — это имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности), позволяет разработать достаточно простой юридический инструмент для перехода права собственности на предприятие от одного лица к другому. Однако оно не отражает социально-экономической сущности предприятия (предприятие — это, прежде всего, социотехническая система) и поэтому не ставит проблемы обеспечения защиты прав работников предприятия на сохранение их рабочих мест и других прав при смене собственника. В соответствии с другой нормой ГК РФ при продаже предприятия права, полученные продавцом на основании лицензии на занятие соответствующей деятельностью, не подлежат передаче покупателю и, следовательно, последний может покупать предприятие с целью его репрофилирования, а это, в свою очередь, может потребовать профессиональной переподготовки работников или набора новых кадров.

Соблюдение социальных интересов трудового коллектива при продаже предприятия (как имущественного комплекса) нашло определенное решение в Трудовом кодексе РФ. При смене собственника имущества организации новый собственник не позднее трех месяцев со дня возникновения у него права собственности имеет право расторгнуть трудовой договор с руководителем организации, его заместителями и главным бухгалтером. Однако *смена собственника имущества организации не является основанием для расторжения трудовых договоров с другими работниками организации.* Сокращение численности или штата работников при

смене собственника возможно только после государственной регистрации перехода права собственности. Причем увольнение по указанным основаниям допускается только в том случае, если невозможно перевести работника с его согласия на другую работу. Трудовой кодекс РФ предусматривает также право работников на профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации, включая обучение новым профессиям и специальностям. Указанное право реализуется путем заключения дополнительного договора между работником и работодателем.

В соответствии с законом «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ планом внешнего управления в качестве одной из мер по восстановлению платежеспособности должника может быть предусмотрена продажа его предприятия. В отличие от нормы Гражданского кодекса, устанавливающей обязанность продавца при продаже предприятия передать в собственность покупателя предприятие в целом как имущественный комплекс, Закон о несостоятельности исключает из состава продаваемого предприятия его долги: при продаже предприятия в период внешнего управления *денежные обязательства и обязательные платежи должника не включаются в состав предприятия*, за исключением обязательств, которые возникли после принятия заявления о признании должника банкротом и могут быть переданы покупателю предприятия в порядке и на условиях, установленных Законом.

Закон о несостоятельности учитывает социальную составляющую предприятия: все трудовые договоры, действующие на дату продажи предприятия, сохраняют силу, при этом права и обязанности работодателя переходят к покупателю предприятия.

Следует отметить особенность продажи предприятия градообразующей организации: существенным условием договора купли-продажи такого предприятия при наличии ходатайства органа местного самоуправления, или привлеченного к участию в деле о банкротстве соответствующего федерального органа исполнительной власти, или органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации *может являться сохранение рабочих мест не менее чем для 50% работников такого предприятия на дату его продажи в течение определенного срока, но не более чем в течение трех лет с момента вступления договора в силу*.

§ 5.4. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ

Отношения, связанные с деятельностью товарных бирж и биржевой торговлей, регулируются Законом РФ «О товарных биржах и биржевой торговле» от 20 февраля 1992 г. № 2383-1 (в ред. от 21 марта 2002 г.).

Под товарной биржей понимается организация с правами юридического лица, формирующая оптовый рынок путем организации и регулирования биржевой торговли, осуществляемой в форме гласных публичных торгов, проводимых в заранее определенном месте и в определенное время по установленным ею правилам.

На товарной бирже осуществляется оптовая торговля массовыми товарами, преимущественно сырьевыми и сельскохозяйственными (цветными металлами, хлопком, зерном, сахаром и пр.). Как правило, товар продается и покупается без предварительного его осмотра покупателем на основе ознакомления с качественными характеристиками товара по образцу, стандарту, описанию и т. п. Продается и покупается не конкретная партия, а *установленное количество товара определенного рода и качества*, в том числе стандартный контракт и коносамент на указанный товар. Биржевым товаром не могут быть недвижимое имущество и объекты интеллектуальной собственности.

С экономической точки зрения функции товарных бирж состоят в сосредоточении спроса и предложения товаров и сближении с помощью срочных сделок (разделенных в пространстве и времени) заготовительно-сбытовых процессов. Благодаря функционированию бирж достигается максимальное приближение товарных цен к уровню, который диктуется условиями производства товаров и существующей в данный момент конъюнктурой рынка.

Биржевые сделки. Биржевой сделкой является *зарегистрированный биржей договор* (соглашение), заключаемый участниками биржевой торговли в отношении биржевого товара в ходе биржевых торгов.

Участниками биржевой торговли в ходе торгов могут совершаться сделки, связанные с:

- ✦ взаимной передачей прав и обязанностей в отношении *реального товара*;
- ✦ взаимной передачей прав и обязанностей в отношении *реального товара с отсроченным сроком его поставки* (форвардные сделки);

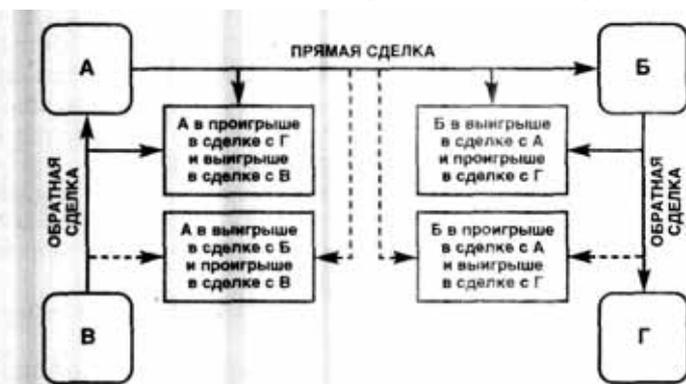
▽ взаимной передачей прав и обязанностей в отношении *стандартных контрактов на поставку биржевого товара (фьючерсные сделки)*;

◇ *уступкой прав* на будущую передачу прав и обязанностей в отношении биржевого товара или контракта на поставку биржевого товара (*опционные сделки*);

◇ другие сделки в отношении биржевого товара, контрактов или прав, установленные в правилах биржевой торговли.

Как видно из этого перечня, сделки, заключаемые на товарной бирже, подразделяются на две категории: сделки, заключаемые в целях действительного перехода товара от продавца к покупателю (реальные), и сделки, не предусматривающие действительную продажу. Реальные сделки (иначе сделки на наличный товар) могут быть двух видов: *с немедленной оплатой и поставкой* (кассовые) и *с оплатой и поставкой к установленному сроку* (на срок до 24 месяцев; наиболее распространенный срок 6 месяцев).

Форвардные сделки широко используются производителями и торговцами сельскохозяйственной продукции для страхования себя от потерь, связанных с колебанием цен. Например (схема 5.3), производитель зерна (А) заранее продает еще не собранный урожай по согласованной с покупателем (Б) цене. Если в день поставки (например, через 2 месяца) цена зерна на бирже оказалась выше, то покупатель (Б) будет в выигрыше: имея на руках КОН-



тракт о покупке, он может продать причитающееся ему зерно по новой, более высокой цене по сравнению с той, по которой обязан оплатить товар в соответствии с контрактом.

Продавец зерна (А), желая застраховать себя от вероятности продешевить при продаже зерна на срок, может одновременно заключить сделку с другим продавцом зерна (В) о покупке у него соответствующего товара на тот же срок (обратная сделка). В этом случае, являясь продавцом и покупателем одного и того же количества зерна по одной и той же цене, он ничего не потеряет, если цена зерна на бирже повысится.

В случае, когда с момента заключения форвардной сделки к моменту ее исполнения цена зерна понизилась по сравнению с той, которая была указана в контракте, в выигрыше оказывается продавец (А). Покупатель (Б), страхуясь на случай проигрыша, может заключить с покупателем (Г) обратную сделку по продаже причитающегося ему товара на тот же срок.

Таким образом, обратные сделки служат средством страхования (*хеджирования*) продавца и покупателя в форвардной сделке. В конечном счете при хеджировании (страховании от возможных потерь путем проведения фьючерсных операций) *выигрывает тот, чей прогноз колебаний цен оправдывается.*

Фьючерсные сделки не имеют целью непосредственный переход товара от продавца к покупателю и представляют собой соглашение между продавцом и покупателем фьючерсного контракта о поставке определенного количества товара к определенному сроку в будущем. Фактическая передача товара по контракту осуществляется очень редко, так как такие сделки ликвидируются (закрываются) до наступления обусловленного в контракте срока путем откупа ранее проданных или продажи ранее купленных контрактов или путем уплаты разницы между ценой, предусмотренной в контракте, и ценой, сложившейся в день ликвидации сделки.

Разница в ценах обычно вносится не контрагенту, поскольку продавцы и покупатели фьючерсов не вступают непосредственно в деловые отношения друг с другом, а в специально организованные для этой цели при биржах расчетные палаты или ликвидационные кассы, которые рассчитываются с соответствующими контрагентами, гаран-

тируют выполнение обязательств. И поэтому покупатель фьючерса может не беспокоиться относительно добросовестности контрагента.

Биржевое посредничество. Биржевая торговля осуществляется путем:

❖ совершения биржевых сделок биржевым посредником от имени клиента и за его счет, от имени клиента и за свой счет или от своего имени и за счет клиента (*брокерской деятельности*);

❖ совершения биржевых сделок биржевым посредником от своего имени и за свой счет в целях последующей перепродажи на бирже (*дилерской деятельности*).

Биржевое посредничество в биржевой торговле осуществляется исключительно *биржевыми посредниками*. Ими являются брокерские фирмы (юридическое лицо), брокерские конторы (филиал, подразделение юридического лица, имеющие отдельный баланс и расчетный счет) и независимые брокеры (физическое лицо, зарегистрированное в качестве предпринимателя, осуществляющего свою деятельность без образования юридического лица).

Члены товарной биржи, их категории и права.

Членами биржи могут быть юридические и физические лица (за исключением перечисленных в законе), которые участвуют в формировании уставного капитала биржи либо вносят членские или иные целевые взносы в имущество биржи и стали членами биржи в порядке, предусмотренном ее учредительными документами.

Членство на бирже дает право:

❖ участвовать в биржевой торговле;

❖ участвовать в принятии решений на общих собраниях членов биржи, а также в работе других органов управления биржей;

❖ получать дивиденды, если они предусмотрены учредительными документами биржи.

Уступка права на участие в биржевой торговле без передачи или продажи свидетельств (титулов) собственности на долю уставного капитала и прав на участие в управлении биржей не допускается.

Члены биржи имеют право сдавать в аренду (уступать на определенный договором срок) свое право на участие в биржевой торговле только одному юридическому или физическому лицу. Договор подлежит регистрации на бирже.

На бирже могут быть следующие *категории ее членов*:

◆ *полные члены* — с правом на участие в **биржевых** торгах во всех секциях (отделах, отделениях) биржи и на определенное учредительными документами биржи количество голосов на общем собрании членов биржи и общих собраниях членов секций (отделов, отделений) биржи;

◆ *неполные члены* — с правом на участие в биржевых торгах в соответствующей секции (отделе, отделении) и на определенное учредительными документами биржи количество голосов на общем собрании членов биржи и общем собрании членов секции (отдела, отделения) биржи.

Организация биржевой торговли и ее участники.

Участниками биржевой торговли являются члены биржи, постоянные и разовые посетители.

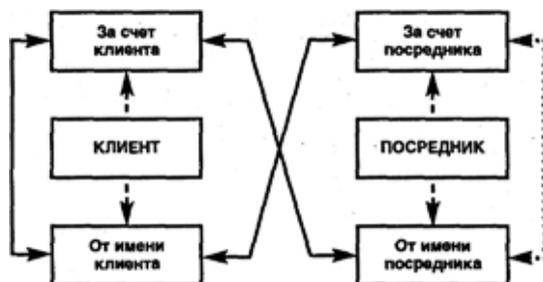
Члены биржи, являющиеся брокерскими фирмами или независимыми брокерами, осуществляют биржевую торговлю непосредственно от своего имени и за свой счет или от имени клиента и за его счет, или от своего имени за счет клиента, или от имени клиента за свой счет (рис. 5.2).

Члены биржи, не являющиеся брокерскими фирмами или независимыми брокерами, участвуют в биржевой торговле:

▽ непосредственно от своего имени — только при торговле реальным товаром, исключительно за свой счет, без права на биржевое посредничество;

◆ через организуемые ими брокерские конторы;

◆ на договорной основе с брокерскими фирмами, брокерскими конторами и независимыми брокерами, осуществляющими свою деятельность на данной бирже.



Р и с. 5.2. Варианты биржевых торгов через посредника:

/ ➤ — брокерская деятельность; ◀...▶ — дилерская деятельность

Под *посетителями биржевых торгов* понимаются юридические и физические лица, не являющиеся членами биржи и имеющие в соответствии с учредительными документами биржи право на совершение биржевых сделок. Посетители биржевых торгов могут быть постоянными и разовыми.

Постоянные посетители, являющиеся брокерскими фирмами, брокерскими контрами или независимыми брокерами, вправе *осуществлять биржевое посредничество* в порядке и на условиях, установленных законом для членов биржи.

Разовые посетители биржевых торгов имеют право на совершение сделок только на реальный товар, от своего имени и за свой счет.

Биржевые сделки совершаются в ходе биржевых торгов через биржевых брокеров. *Биржевыми брокерами* являются служащие или представители предприятий, учреждений и организаций - членов биржи и биржевых посредников, а также независимые брокеры. Совершение *фьючерсных и опционных сделок* в биржевой торговле осуществляется биржевыми посредниками и биржевыми брокерами на основе лицензий, выдаваемых Комиссией по товарным биржам.

Биржа по требованию участника биржевой торговли обязана организовывать *экспертизу качества реальных товаров*, реализуемых через биржевые торги.

В целях обеспечения исполнения совершаемых на бирже форвардных, фьючерсных и опционных сделок необходимо ввести *расчетное обслуживание* путем создания в установленном порядке расчетных учреждений (*клиринговых центров*) или заключения договора с банком или кредитным учреждением об организации расчетного (клирингового) обслуживания. Клиринговые центры могут создаваться как независимые от биржи организации биржевых посредников.

Клиринговые центры вправе:

✧ устанавливать виды, размеры и порядок взимания взносов, гарантирующих исполнение форвардных, фьючерсных и опционных сделок, и возмещения ущерба, возникшего в результате полного или частичного неисполнения обязательств по этим сделкам, а также определять другие финансовые обязательства участников этих сделок;

✧ осуществлять в установленном порядке кредитование и страхование участников форвардных, фьючерсных и оп-

ционных сделок в пределах, необходимых для гарантирования этих сделок, а также возмещения ущерба в случае их неисполнения.

Гарантии свободных цен в биржевой торговле.

Биржа имеет право на *самостоятельное и свободное* установление:

- ❖ отчислений в пользу биржи от комиссионных, получаемых биржевыми посредниками в вознаграждение за посреднические операции на бирже;

- ❖ сборов, тарифов и других платежей, взимаемых в пользу биржи с ее членов и других участников биржевой торговли за услуги, оказываемые биржей и ее подразделениями;

- ❖ штрафов, взимаемых за нарушение устава биржи, правил биржевой торговли и других правил, установленных внутренними документами биржи.

Бирже запрещается устанавливать:

- ❖ уровни и пределы цен на биржевой товар в биржевой торговле;

- ❖ размеры вознаграждения, взимаемого биржевыми посредниками за посредничество в биржевых сделках.

Споры, связанные с заключением биржевых сделок, рассматриваются в биржевой арбитражной комиссии, суде, арбитражном суде. Биржевая арбитражная комиссия создается как орган, осуществляющий примирение сторон или выполняющий иные функции третейского суда.

Государственное регулирование деятельности товарных бирж. Для осуществления государственного регулирования и контроля деятельности товарных бирж при Федеральной антимонопольной службе создается Комиссия по товарным биржам.

Комиссия по товарным биржам:

- ❖ выдает лицензии на организацию биржевой торговли;

- ❖ осуществляет или контролирует лицензирование биржевых посредников, биржевых брокеров;

- ❖ контролирует соблюдение законодательства о биржах;

- ❖ организует изучение деятельности и развития бирж;

- ❖ разрабатывает методические рекомендации по подготовке биржевых документов;

- ❖ организует рассмотрение в Комиссии жалоб участников биржевой торговли на злоупотребления и нарушение законодательства в биржевой торговле.

§ 5.5. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ

Реклама — распространяемая в любой форме, с помощью любых средств *информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация)*, которая предназначена для *неопределенного круга лиц* и призвана *формировать или поддерживать интерес* к этим объектам рекламы и способствовать реализации товаров, идей и начинаний.

Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынке товаров, работ, услуг Российской Федерации, включая рынки банковских, страховых и иных услуг, связанных с использованием денежными средствами граждан (физических лиц) и юридических лиц, а также рынки ценных бумаг, регулируются Федеральным законом «О рекламе» от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ (в ред. от 30 декабря 2001 г.).

Целями указанного Федерального закона являются *защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы*, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан, имуществу граждан или юридических лиц, окружающей среде либо вред чести, достоинству или деловой репутации указанных лиц, а также посягающей на общественные интересы, принципы гуманности и морали.

Законодательство РФ о рекламе состоит из данного Федерального закона «О рекламе» и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов. Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, могут регулироваться также указами Президента РФ, нормативными правовыми актами Правительства РФ и нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, издаваемыми в соответствии с Федеральным законом.

В той части, в какой эти отношения относятся к единому экономическому пространству, свободе перемещения товаров, услуг и финансовых средств, поддержке конкуренции и свободе экономической деятельности, их правовое регулирование является предметом гражданского права и относится к ведению Российской Федерации.

Вместе с тем рекламная деятельность является объектом комплексного нормативного правового регулирования. Если те или иные вопросы рекламы выходят за рамки гражданско-правовых отношений и относятся к основам единого рынка, то есть не являются предметом ведения РФ, субъекты РФ могут осуществлять их законодательное регулирование в рамках, определенных Конституцией РФ (в том числе *ст. 72, 73, 76*). Органы местного самоуправления вправе самостоятельно решать вопросы местного значения, связанные с особенностями распространения наружной рекламы, поскольку они затрагивают правомочия пользования, владения и распоряжения муниципальной собственностью (в силу положений *ст. 130, 132, 133* Конституции РФ).*

Закон устанавливает:

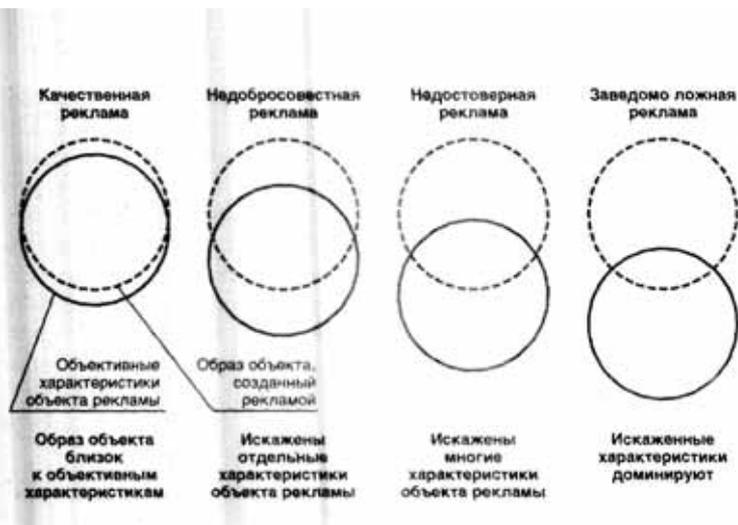
- ✧ общие и специальные требования к рекламе;
- ✧ права и обязанности рекламодателей, **рекламопроизводителей** и рекламодателей;
- ✧ государственный контроль и саморегулирование в области рекламы;
- ✧ ответственность за ненадлежащую рекламу.

Наиболее важные общие требования к рекламе следующие:

- ✧ она должна быть *распознаваема без специальных знаний* или без применения технических средств именно как реклама непосредственно в момент ее представления независимо от формы или используемого средства распространения;
- ✧ *не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также побуждать к опасным действиям, способным нанести вред здоровью физических лиц или угрожающим их безопасности;*
- ✧ *не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранное законодательство;*
- ✧ реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой «**подлежит** обязательной сертификации».

Закон вводит понятие **ненадлежащая реклама**: *недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации*. Ненадлежащая реклама не допускается.

* По делу о проверке конституционности статьи 3 Федерального закона от 18 июля 1995 г. «О рекламе». Постановление Конституционного суда Российской Федерации от 4 марта 1997 г. № 4-П.



Р и с. 5.3. Степень искажения объективных характеристик объекта рекламы в образе, сформированном ненадлежащей рекламой

Степень искажения объективных характеристик объекта рекламы в образе, сформированном ненадлежащей рекламой, иллюстрируется на *рис. 5.3*.

Недобросовестной является реклама, которая:

- ♦ дискредитирует юридических и физических лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами;

- ♦ содержит некорректное сравнение рекламируемого товара с товаром (товарами) других юридических или физических лиц, а также содержит высказывания, образы, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию конкурента (конкурентов);

- ♦ вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара посредством имитации (копирования или подражания) общего проекта, текста, рекламных формул, изображений, музыкальных или звуковых эффектов, используемых в рекламе других товаров, либо посредством злоупотребления доверием физических лиц или недостатком у них опыта, знаний, в том числе в связи с отсутствием в рекламе части существенной информации.

Недостоверной является реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении:

- ♦ таких характеристик товара, как природа, состав, способ и дата изготовления, назначение, потребительские свойства, условия применения, наличие сертификата соответ-

вия, сертификационных знаков и знаков соответствия государственным стандартам, количество, место происхождения;

- ◇ наличия товара на рынке, возможности его приобретения в указанных объеме, периоде времени и месте;

- ◇ стоимости (цены) товара на момент распространения рекламы;

 - ▽ дополнительных условий оплаты;

- ▽ доставки, обмена, возврата, ремонта и обслуживания товара;

- ◇ гарантийных обязательств, сроков службы, сроков годности;

- ◇ исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг;

- ◇ прав на использование государственных символов (флагов, гербов, гимнов), а также символов международных организаций;

- ▽ официального признания, получения медалей, призов, дипломов и иных наград;

- ◇ предоставления информации о способах приобретения полной серии товара, если товар является частью серии;

- ▽ результатов исследований и испытаний, научных терминов, цитат из технических, научных и иных публикаций;

- ◇ статистических данных, которые не должны представляться в виде, преувеличивающем их обоснованность;

- ◇ ссылок на какие-либо рекомендации либо на одобрение юридических или физических лиц, в том числе не устаревшие;

- ◇ использования терминов в превосходной степени, в том числе путем употребления слов «самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный» и тому подобных, если их невозможно подтвердить документально;

- ▽ сравнений с другим товаром (товарами), а также с правами и положением иных юридических или физических лиц;

- 0* ссылок на какие-либо гарантии потребителю рекламируемых товаров;

 - ◇ фактического размера спроса на товар;

 - ◇ информации о самом рекламодателе.

Неэтичной является реклама, которая:

- ◇ содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и мо-

ради путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, профессии, социальной категории, возрастной группы, пола, языка, религиозных, философских, политических и иных убеждений физических лиц;

- ✧ порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние;

- ✧ порочит государственные символы (флаги, гербы, гимны), национальную валюту Российской Федерации или иного государства, религиозные символы;

- ✧ порочит какое-либо физическое или юридическое лицо, какую-либо деятельность, профессию, товар.

Заведомо ложной является реклама, с помощью которой рекламодатель (рекламопроизводитель, рекламораспространитель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы.

Учитывая массовость и особенности некоторых видов рекламы, в законе установлены специфические требования к рекламе в радиотелепрограммах, периодических печатных изданиях, на транспортных средствах и почтовых отправлениях, к наружной рекламе, рекламе отдельных видов товаров (алкогольных напитков, табака, табачных изделий, медикаментов, оружия, вооружения и боевой техники), рекламе финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг, а также к социальной рекламе (направленной на достижение благотворительных целей). Установлены специфические требования к рекламе и в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их легковерностью и отсутствием опыта.

При производстве, размещении и распространении рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг не допускается:

- ✧ приводить в рекламе количественную информацию, не имеющую непосредственного отношения к рекламируемым услугам или ценным бумагам;

- ✧ гарантировать размеры дивидендов по простым именованным акциям;

- ✧ рекламировать ценные бумаги до регистрации проспектов их эмиссий;

- ✧ представлять любого рода гарантии, обещания или предположения о будущей эффективности (доходности) деятельности, в том числе путем объявления роста курсовой стоимости ценных бумаг;

❖ умалчивать хотя бы об одном из условий договора, если в рекламе сообщается об условиях договора.

Объективной основой отношений между рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем, а также между ними и антимонопольными органами, осуществляющими государственный контроль в области рекламы, является технологическая цепь процессов рекламной деятельности (схема 5.4). Сердцевиной этих отношений являются меры по обеспечению достоверности рекламной информации. При представлении рекламной информации для производства и распространения **рекламопроизводитель** и **рекламораспространитель** *вправе требовать*, а **реklamодатель** в этом случае *обязан предоставлять документальные подтверждения достоверности рекламной информации*.

Если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию, то при рекламе соответствующего товара, а также при рекламе самого рекламодателя последний обязан предоставлять, а рекламопроизводитель и рекламораспространитель обязаны требовать предъявления соответствующей лицензии либо ее надлежаще заверенной копии.

При выявлении рекламопроизводителем обстоятельств, которые могут привести к нарушению законодательства,



С х е м а 5.4. Технологическая цепь процессов рекламной деятельности

он обязан своевременно информировать рекламодателя о том, что соблюдение требований последнего при производстве рекламы может привести к нарушению законодательства Российской Федерации о рекламе.

Если рекламодатель, несмотря на своевременное и обоснованное предупреждение рекламопроизводителя, не изменит свое требование (требования) к рекламе либо не представит по требованию рекламопроизводителя документальное подтверждение достоверности предоставляемой для производства рекламы информации, либо не устранит иные обстоятельства, которые могут сделать рекламу ненадлежащей, рекламопроизводитель *вправе* в установленном порядке *расторгнуть договор и потребовать полного возмещения убытков*, если договором не предусмотрено иное.

Государственный контроль в области рекламы *осуществляет федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы*. Основная задача контроля — предупреждение и пресечение фактов ненадлежащей рекламы. Федеральные органы исполнительной власти, уполномоченные в соответствии с законодательством Российской Федерации осуществлять в пределах своей компетенции функции по защите прав потребителей и пресечению недобросовестной конкуренции, *вправе* заключать с рекламодателями, рекламопроизводителями и рекламораспространителями соглашения о соблюдении ими правил и обычаев рекламной практики. Кроме того, к разработке требований к рекламе, проведению независимой экспертизы, контролю в области рекламы привлекаются *органы саморегулирования в области рекламы* — общественные организации (объединения), ассоциации и союзы юридических лиц. Эти органы *вправе* предъявлять иски в суд (арбитражный суд) в интересах потребителей рекламы (в том числе неопределенного круга потребителей рекламы) в случае нарушения их прав, предусмотренных законодательством о рекламе.

Контрреклама. В случае установления факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе нарушитель обязан осуществить контррекламу в срок, установленный федеральным антимонопольным органом (его территориальным органом), вынесшим решение об осуществлении контррекламы. При этом нарушитель несет расходы по контррекламе в полном объеме.

Контрреклама осуществляется, как правило, при помощи того же средства распространения, с использованием тех же характеристик продолжительности, пространства, места и порядка, что и опровергаемая ненадлежащая реклама. Содержание контррекламы согласовывается с федеральным антимонопольным органом (его территориальным органом), который установил факт нарушения.

Механизм контррекламы иллюстрируется на *схеме 5.5*.



С х е м а 5.5. Исправление созданного ненадлежащей рекламой образа ее объекта посредством контррекламы

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Юридические лица или граждане (*рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители*) за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе несут *гражданско-правовую ответственность*.

Лица, права и интересы которых нарушены в результате ненадлежащей рекламы, вправе обратиться в установленном порядке в суд, арбитражный суд с исками, в том числе с исками о *возмещении убытков, включая упущенную выгоду, возмещении вреда, причиненного здоровью и имуществу, компенсации морального вреда, публичном опровержении* ненадлежащей рекламы.

Истцы по искам о возмещении вреда, причиненного ненадлежащей рекламой здоровью, имуществу, чести, достоинству и деловой репутации, освобождаются от уплаты государственной пошлины.

Кодекс РФ об административных правонарушениях за ненадлежащую рекламу или отказ от контррекламы предусматривает административную ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя

— наложение административного штрафа на *граждан* в размере от 20 до 25 минимальных размеров оплаты труда (МРОТ); на *должностных лиц* — от 40 до 50 МРОТ; на *юридических лиц* — от 400 до 500 МРОТ.

§ 5.6. КРУПНЫЕ СДЕЛКИ

Совершение крупных сделок, связанных с приобретением или отчуждением акционерным обществом имущества, регулируется нормами Федерального закона «Об акционерных обществах». Особенности совершения крупных сделок применительно к народным предприятиям и обществам с ограниченной ответственностью нашли отражение в Федеральных законах «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» и «Об обществах с ограниченной ответственностью», применительно к унитарным предприятиям — в Федеральном законе «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях».

Крупной сделкой считается сделка (в том числе заем, кредит, залог, поручительство) или несколько взаимосвязанных сделок, совершаемых с целью приобретения, отчуждения или возможности отчуждения обществом прямо или косвенно имущества, стоимость которого составляет 25 и более процентов балансовой стоимости активов акционерного общества; более 25% стоимости имущества общества с ограниченной ответственностью; более 15% балансовой стоимости имущества народного предприятия, определенной по данным бухгалтерской отчетности на последнюю отчетную дату. Для унитарных предприятий к крупным относится сделка или несколько взаимосвязанных сделок, связанных с приобретением, отчуждением или возможностью отчуждения унитарным предприятием прямо либо косвенно имущества, стоимость которого составляет более 10% уставного фонда унитарного предприятия или более чем в 50 тысяч раз превышает установленный федеральным законом минимальный размер оплаты труда.

К крупным сделкам не относятся сделки, совершаемые в процессе обычной хозяйственной деятельности общества, сделки, связанные с размещением посредством подписки (реализацией) обыкновенных акций общества, и сделки, связанные с размещением эмиссионных ценных бумаг,

конвертируемых в обыкновенные акции общества. В отличие от института крупной сделки применительно к хозяйственным товариществам и обществам для унитарных предприятий нет критерия, позволяющего не относить сделку к крупной (обычная хозяйственная деятельность).

Уставом общества могут быть предусмотрены иные случаи, при которых на совершаемые обществом сделки распространяется порядок одобрения крупных сделок.

Рыночная стоимость отчуждаемого или приобретаемого имущества (услуг), являющегося предметом крупной сделки, определяется советом директоров (наблюдательным советом) общества в соответствии с нормами ФЗ «Об акционерных обществах».

Стоимость отчуждаемого обществом с ограниченной ответственностью в результате крупной сделки имущества определяется *на основании данных его бухгалтерского учета*, а стоимость приобретаемого обществом имущества — *на основании цены предложения*.

Если лицо, *заинтересованное в совершении одной или нескольких сделок*, при которых цена (денежная оценка) имущества определяется советом директоров (наблюдательным советом) общества, является членом этого совета, цена имущества определяется решением членов совета директоров (наблюдательного совета) общества, не заинтересованных в совершении сделки. В обществе с числом акционеров 1000 и более цена (денежная оценка) имущества определяется независимыми директорами, не заинтересованными в совершении сделки. Для определения рыночной стоимости имущества может быть также привлечен независимый оценщик. В случае, если владельцем более 2% голосующих акций общества является государство и (или) муниципальное образование, *обязательно* привлечение государственного финансового контрольного органа.

Крупная сделка должна быть одобрена советом директоров (наблюдательным советом) общества или общим собранием акционеров. *Решение об одобрении крупной сделки, предметом которой является имущество, стоимость которого составляет от 25 до 50 процентов балансовой стоимости активов общества*, принимается всеми членами совета директоров (наблюдательного совета) общества *единогласно*. В случае, если единогласие совета директоров (наблюдательного совета) общества по вопросу об одобрении крупной сделки не достигнуто, по решению совета ди-

ректоров (наблюдательного совета) вопрос об одобрении крупной сделки может быть вынесен на решение общего собрания акционеров. В этом случае решение об одобрении крупной сделки принимается общим собранием акционеров *большинством голосов* принимающих участие в собрании акционеров — владельцев голосующих акций. *Решение об одобрении крупной сделки, предметом которой является имущество, стоимость которого составляет более 50% балансовой стоимости активов общества, принимается общим собранием акционеров большинством в три четверти голосов акционеров — владельцев голосующих акций, принимающих участие в собрании.*

Решение о совершении крупной сделки народным предприятием, предметом которой является имущество стоимостью от 15 до 30 процентов балансовой стоимости имущества предприятия на дату принятия решения о совершении такой сделки, принимается *наблюдательным советом единогласно* и в обязательном порядке *согласовывается с контрольной комиссией*. Если же единогласие наблюдательного совета по данному вопросу не достигнуто или решение по нему не согласовано с контрольной комиссией, указанный вопрос может быть решен только общим собранием акционеров. В случае, когда стоимость отчуждаемого или приобретаемого народным предприятием имущества составляет свыше 30 процентов балансовой стоимости имущества предприятия, решение о совершении такой сделки принимается общим собранием акционеров не менее чем *3/4 голосов присутствующих на собрании акционеров*.

Решение о совершении крупной сделки обществом с ограниченной ответственностью принимается *общим собранием участников* общества, а в случае образования в обществе совета директоров (наблюдательного совета) принятие такого решения может быть отнесено уставом общества к его компетенции. Уставом общества с ограниченной ответственностью может быть предусмотрено, что для совершения крупных сделок решения общего собрания участников общества и совета директоров (наблюдательного совета) общества *не требуется*.

Приобретение 30 и более процентов обыкновенных акций общества. Лицо, имеющее намерение самостоятельно или совместно со своим аффилированным лицом (лицами) *приобрести 30 и более процентов размещенных обыкновенных акций* общества с числом акционеров

— владельцев обыкновенных акций более 1000 с учетом количества принадлежащих ему акций, обязано не ранее чем за 90 и не позднее чем за 30 дней до даты приобретения акций направить обществу письменное уведомление о намерении приобрести указанные акции. Если такое приобретение состоялось, то это лицо в течение 30 дней с даты приобретения обязано предложить акционерам *продать* ему принадлежащие им обыкновенные акции общества и эмиссионные ценные бумаги, конвертируемые в обыкновенные акции, по рыночной цене, но не ниже их средневзвешенной цены за шесть месяцев, предшествующих дате приобретения. Уставом общества или решением общего собрания акционеров может быть предусмотрено освобождение от указанной обязанности.

Предложение акционерам о приобретении их акций должно содержать данные о лице, которое приобрело 30 и более процентов обыкновенных акций общества (имя или наименование, адрес или место нахождения), количестве акций, которые оно приобрело, предлагаемой акционерам цене приобретения акций, сроке приобретения и оплаты акций. **Каждый** акционер вправе принять предложение о продаже своих акций в срок не более 30 дней с момента получения предложения.

Лицо, приобретшее акции с нарушениями вышеизложенных требований, вправе голосовать на общем собрании акционеров по акциям, общее количество которых не превышает количества акций, приобретенных им с соблюдением этих требований. Если приобретение 30 и более процентов акций совершено с нарушением указанных требований, то лицо, приобретшее такой пакет акций, вправе голосовать на **общем** собрании акционеров по акциям, общее количество которых не превышает 30 процентов голосующих акций общества.

Заинтересованность в совершении обществом сделки. Сделки (в том числе заем, кредит, залог, поручительство), в совершении которых имеется заинтересованность члена совета директоров (наблюдательного совета) общества, лица, осуществляющего функции единоличного исполнительного органа общества, в том числе управляющей организации или управляющего члена коллегиального исполнительного органа общества или акционера, владеющего совместно с его аффилированными лицами 20 и более процентами голосующих акций общества, а также

лица, имеющего право давать обществу обязательные для него указания, совершаются обществом в соответствии с нормами закона «Об акционерных обществах».

Указанные лица признаются заинтересованными в совершении обществом сделки в случаях, если они, их супруги, родители, дети, полнородные и неполнородные братья и сестры, усыновители и усыновленные и (или) их аффилированные лица:

- ✧ являются стороной, выгодоприобретателем, посредником или представителем в сделке;

- ✧ владеют (каждый в отдельности или в совокупности) 20 и более процентами акций (долей, паев) юридического лица, являющегося стороной, выгодоприобретателем, посредником или представителем в сделке;

- ✧ занимают должности в органах управления юридического лица, являющегося стороной, выгодоприобретателем, посредником или представителем в сделке, а также должности в органах управления управляющей организации такого юридического лица;

- ✧ в иных случаях, определенных уставом общества.

Нормы закона, регулирующие совершение обществом сделок, в отношении которых имеется заинтересованность, *не применяются*:

- ✧ к обществам, состоящим из одного акционера, который одновременно осуществляет функции единоличного исполнительного органа;

- ✧ к сделкам, в совершении которых заинтересованы все акционеры общества;

- ✧ при осуществлении преимущественного права приобретения размещаемых обществом акций;

- ✧ при приобретении и выкупе обществом размещенных акций;

- ✧ при реорганизации общества в форме слияния (присоединения) обществ, если другому обществу, участвующему в слиянии (присоединении), принадлежит более чем три четверти всех голосующих акций реорганизуемого общества.

Заинтересованные лица *обязаны довести до сведения* совета директоров (наблюдательного совета), ревизионной комиссии (ревизора) и аудитора общества *информацию*:

- ✧ о юридических лицах, в которых они владеют самостоятельно или совместно со своим аффилированным лицом (лицами) 20 или более процентами голосующих акций (долей, паев);

❖ о юридических лицах, в органах управления которых они занимают должности;

❖ об известных им совершаемых или предполагаемых сделках, в которых они могут быть признаны заинтересованными лицами.

Решение об одобрении обществом сделки принимается:

❖ в обществах с числом акционеров — владельцев обыкновенных акций 1000 и менее — советом директоров (наблюдательным советом) большинством голосов *директоров, не заинтересованных в ее совершении*. Если количество незаинтересованных директоров составляет менее определенного уставом кворума, решение по данному вопросу должно приниматься общим собранием акционеров большинством голосов всех не заинтересованных в сделке акционеров — владельцев голосующих акций;

❖ в обществах с числом акционеров — владельцев голосующих акций более 1000 — советом директоров (наблюдательным советом) большинством голосов *независимых директоров, не заинтересованных в ее совершении*. В случае, если все члены совета директоров (наблюдательного совета) общества признаются заинтересованными лицами и (или) не являются независимыми директорами, сделка может быть одобрена решением общего собрания акционеров.

Независимым директором считается член совета директоров (наблюдательного совета) общества, не являющийся и не являвшийся в течение одного года, предшествовавшего принятию решения:

❖ лицом, осуществляющим функции единоличного исполнительного органа общества, в том числе его управляющим, членом коллегиального исполнительного органа, лицом, занимающим должность в органах управления управляющей организации;

❖ лицом, супруг, родители, дети, полнородные и неполнородные братья и сестры, усыновители и усыновленные которого являются лицами, занимающими должности в указанных органах управления общества, управляющей организации общества либо являющимися управляющим общества;

❖ аффилированным лицом общества, за исключением члена совета директоров (наблюдательного совета) общества.

Решение об одобрении сделки, в совершении которой имеется заинтересованность, принимается общим собранием акционеров (большинством голосов акционеров, не заинтересованных в сделке), в частности, в случаях, если:

❖ предметом сделки или нескольких взаимосвязанных сделок является имущество, стоимость которого по данным бухгалтерского учета (цена предложения приобретаемого имущества) общества составляет 2 и более процента балансовой стоимости активов общества по данным его бухгалтерской отчетности на последнюю отчетную дату;

❖ сделка или несколько взаимосвязанных сделок являются размещением посредством подписки или реализацией акций, составляющих более 2% обыкновенных акций, ранее размещенных обществом, и обыкновенных акций, в которые могут быть конвертированы ранее размещенные эмиссионные ценные бумаги, конвертируемые в акции.

Сделка, в совершении которой имеется заинтересованность, не требует одобрения общего собрания акционеров в случаях, если условия такой сделки существенно не отличаются от условий аналогичных сделок, которые совершались между обществом и заинтересованным лицом в процессе осуществления обычной хозяйственной деятельности общества, имевшей место до момента, когда заинтересованное лицо признается таковым. Указанное исключение распространяется только на сделки, в совершении которых имеется заинтересованность, совершенные в период с момента, когда заинтересованное лицо признается таковым и до момента проведения следующего годового общего собрания акционеров.

В решении об одобрении сделки, в совершении которой имеется заинтересованность, должны быть указаны лицо (лица), являющееся ее стороной (сторонами), выгодоприобретателем (выгодоприобретателями), цена, предмет сделки и иные существенные условия. Общее собрание акционеров может принять решение об одобрении сделки (сделок) между обществом и заинтересованным лицом, которая может быть совершена в будущем в процессе осуществления обществом его обычной хозяйственной деятельности. При этом в решении общего собрания акционеров должна быть также указана предельная сумма, на которую может быть совершена сделка (сделки). Такое решение имеет силу до следующего годового общего собрания акционеров.

При нарушении указанных требований к совершению сделки, в которой имеется заинтересованность:

- ❖ сделка может быть признана недействительной;
- ❖ заинтересованное лицо несет перед обществом ответственность в размере убытков, причиненных им обществу. В случае, если ответственность несут несколько лиц, их ответственность перед обществом является солидарной.

§ 5.7. АРЕНДА

§ 5.7.1. Общие положения об аренде

Аренда — имущественный наем, договор, по которому одна сторона (арендодатель) предоставляет другой стороне (арендатору) имущество за арендную плату во временное владение и пользование или во временное пользование. При этом плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества в соответствии с договором, являются его собственностью.

Арендные отношения регулируются нормами ГК РФ. В нем содержатся правила, являющиеся общими для всех видов договоров аренды, а также специальные правила, относящиеся только к соответствующему виду договора аренды (прокат, аренда транспортных средств, аренда зданий и сооружений, аренда предприятий, финансовая аренда).

Для предприятий и индивидуальных предпринимателей аренда является формой обеспечения предпринимательской деятельности средствами производства и недвижимостью, а также формой маневрирования производственными ресурсами в зависимости от состояния производства, ситуации на рынке, реализуемой стратегии роста и научно-технического развития, финансового состояния арендатора. Вопрос о выгодности или невыгодности аренды производственных активов по сравнению с приобретением права собственности на эти активы (их покупкой), а также выгоды или невыгоды сдачи в аренду свободных производственных активов в сравнении с их продажей или резервированием решается с учетом целого ряда конкретных условий предпринимательской деятельности.

Многие зарубежные бизнесмены арендуют помещения и здания. Иногда покупка земельного участка или строения не только не выгодна, но и просто не нужна. Собственность на недвижимость в виде производственных помещений отвлекает капитал, который можно вложить с большей выгодой в более производительное оборудование, и нередко даже ограничивает возможности дальнейшего развития. Наиболее быстро растущие и преуспевающие предприятия, действующие в новых направлениях, используют аренду, а затем довольно скоро выходят за рамки возможностей первоначально арендованных помещений, переезжая каждые

несколько лет во все более просторные и лучше оборудованные помещения.

В период становления предприятия аренда производственных помещений, земельных площадей и хозяйственных построек, как правило, более выгодна, чем их покупка. Кроме того, организации, в ведении которых находятся объекты, пригодные для аренды или продажи, охотнее идут на аренду, которая является только разрешением пользоваться чем-либо в течение ограниченного срока, чем на продажу.

В то же время крупные предприятия, реализующие стратегию интенсивного роста и (или) стратегию лидерства в научно-техническом развитии производства и имеющие устойчивое финансовое состояние, скорее пойдут на покупку производственных площадей или новое строительство, чем на аренду. Это объясняется тем, что капиталовложения, которые требуются на осуществление радикальных нововведений: приобретение нового оборудования, проведение монтажных работ, увеличение площадей и т. п., в течение срока арендного договора не окупаются. Но и здесь возможно сочетание политики приобретения производственных активов в собственность с политикой их аренды на длительный срок.

Объекты аренды. В аренду могут быть переданы земельные участки и другие обособленные природные объекты, предприятия и другие имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другие вещи, которые не теряют своих натуральных свойств в процессе их использования (непотребляемые вещи).

Законом могут быть установлены виды имущества, сдача которого в аренду не допускается или ограничивается. Так, не допускается сдача в аренду ряда предприятий оборонных отраслей промышленности, связи, транспорта, топливно-энергетического комплекса, государственных банков и некоторых предприятий других отраслей экономики, специфика и характер деятельности которых определяют повышенную степень централизации управления.

Сдача в аренду земельных участков и других обособленных природных объектов дополнительно регулируется соответствующими законодательными актами: Земельным кодексом РФ, Законом РФ «О недрах», Водным кодексом РФ, Лесным кодексом РФ, а также Федеральным законом «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

В договоре аренды должны быть указаны данные, позволяющие безошибочно определить имущество, подлежащее передаче арендатору в качестве объекта аренды. В противном случае условие об объекте считается не согласованным сторонами, а договор считается не заключенным.

Субъекты аренды. *Арендодателем в договоре аренды является собственник имущества*, то есть любое физическое или юридическое лицо, имеющее титул собственника. Арендодателями могут быть также лица, уполномоченные законом или собственником сдавать имущество в аренду. Такой особый режим арендных отношений касается, главным образом, государственного федерального и муниципального имущества. Есть две категории этого имущества. К первой категории относится имущество, в отношении которого государство (муниципальное образование) сохранило свое право собственности в полном объеме и уполномочило органы государственного имущества распоряжаться этим имуществом. К другой категории относится имущество, закрепленное государством или муниципальным образованием за юридическими лицами на праве хозяйственного ведения или оперативного управления.

Государственное или муниципальное унитарное предприятие, которому имущество принадлежит на праве хозяйственного ведения, не вправе сдавать в аренду недвижимое имущество без согласия собственника. Остальным имуществом оно распоряжается самостоятельно (за исключением случаев, установленных законом или иными правовыми актами), в том числе может самостоятельно сдавать его в аренду. Казенное предприятие, за которым имущество закреплено на праве оперативного управления, вправе распоряжаться им лишь с согласия собственника этого имущества. Учреждение не вправе распоряжаться закрепленным за ним имуществом и имуществом, приобретенным за счет средств, выделяемых ему по смете, но вправе распоряжаться имуществом, приобретенным за счет доходов от разрешенной ему хозяйственной деятельности.

Переход права собственности (хозяйственного ведения, оперативного управления, пожизненного наследуемого владения) на сданное в аренду имущество другому лицу не является основанием для изменения или расторжения договора аренды.

Арендатором в договоре аренды может выступать любое юридическое или физическое лицо.

Форма договора аренды. Договор аренды на срок более одного года, а если хотя бы одной из сторон договора является юридическое лицо, независимо от срока, должен быть заключен в письменной форме. Если же сторонами по договору аренды, за исключением аренды недвижимости, являются физические лица, письменная форма обязательна при заключении договора на срок более одного года. Договор аренды недвижимости, как и любая сделка с недвижимостью, подлежит государственной регистрации.

Договор аренды имущества, предусматривающий переход в последующем права собственности на это имущество к арендатору, заключается в форме, предусмотренной для договора купли-продажи такого имущества. Это означает, что при такой аренде недвижимости договор аренды должен быть заключен в форме договора купли-продажи недвижимости (путем составления единого документа, подписанного сторонами); при аренде предприятия — по форме договора купли-продажи предприятия (к договору должны быть приложены: акт инвентаризации, бухгалтерский баланс, заключение независимого аудитора о составе и стоимости предприятия, а также перечень всех долгов, включаемых в состав предприятия, с указанием кредиторов, характера, размера и сроков их требований).

Срок договора аренды. Договор аренды заключается на срок, определенный договором. ГК РФ предусматривает следующие правила определения срока договора в различных ситуациях (*табл. 5.14*).

Предоставление имущества арендатору. Арендодатель обязан предоставить арендатору имущество в состоянии, соответствующем *условиям договора* аренды и *назначению* имущества. Имущество сдается в аренду вместе со всеми его принадлежностями и относящимися к нему документами (техническим паспортом, сертификатом качества и т. п.), если иное не предусмотрено договором. В противном случае, если без них арендатор не может пользоваться имуществом в соответствии с его назначением либо в значительной степени лишается того, на что был вправе рассчитывать при заключении договора, он может *потребовать предоставления* ему арендодателем таких принадлежностей и документов *или расторжения* договора, *а также возмещения убытков*.

Т а б л и ц а 5.14.

Ситуация	Правило
Срок аренды в договоре не определен	Договор аренды считается заключенным на неопределенный срок. Каждая из сторон вправе в любое время отказаться от договора, предупредив об этом другую сторону за один месяц, а при аренде недвижимого имущества — за три месяца. Законом или договором может быть установлен иной срок для предупреждения о прекращении договора.
Законом установлен предельный срок договора аренды (для отдельных видов аренды, аренды отдельных видов имущества)	Если срок аренды в договоре не определен и ни одна из сторон не отказалась от договора до истечения предельного срока, договор по истечении предельного срока прекращается.
Договор аренды, заключенный на срок, превышающий установленный законом предельный срок	Договор считается заключенным на срок, равный предельному

Если арендодатель не предоставил арендатору сданное внаем имущество в указанный в договоре аренды срок, а в случае, когда в договоре такой срок не указан, в разумный срок, арендатор вправе истребовать от него это имущество (требовать отобрания имущества) и потребовать возмещения убытков, причиненных задержкой исполнения, либо расторжения договора и возмещения убытков, причиненных его неисполнением. Очевидно, что арендатор в большей степени защищен, если срок предоставления имущества установлен договором аренды.

Ответственность арендодателя за недостатки сданного в аренду имущества. Арендодатель отвечает за недостатки сданного в аренду имущества, полностью или частично препятствующие пользованию им, даже если во время заключения договора аренды он не знал об этих недостатках. Однако он не отвечает за недостатки, которые были им оговорены при заключении договора аренды или были заранее известны арендатору либо должны были быть обнаружены арендатором во время осмотра **имущества** или проверки его исправности при заключении договора или передаче имущества в аренду.

Это правило определяет поведение сторон при заключении договора и передаче имущества в аренду:

❖ арендодателю не следует скрывать недостатки сдаваемого в аренду имущества, а, наоборот, следует наиболее полно обговаривать их в договоре;

❖ арендатор должен внимательно относиться к осмотру и проверке имущества при заключении договора и приеме имущества.

При обнаружении недостатков арендованного имущества, за наличие которых ответственен арендодатель, арендатор вправе по своему выбору:

❖ потребовать от арендодателя либо безвозмездного устранения недостатков имущества, либо соразмерного уменьшения арендной платы, либо возмещения своих расходов на устранение недостатков имущества;

❖ непосредственно удержать сумму понесенных им расходов на устранение данных недостатков из арендной платы, предварительно уведомив об этом арендодателя;

❖ потребовать досрочного расторжения договора.

Арендодатель, извещенный о требованиях арендатора или о его намерении устранить недостатки имущества за счет арендодателя, может без промедления произвести замену предоставленного арендатору имущества другим аналогичным имуществом, находящимся в надлежащем состоянии, либо безвозмездно устранить недостатки имущества. Если удовлетворение требований арендатора или удержание им расходов на устранение недостатков из арендной платы не покрывает причиненных арендатору убытков, он вправе потребовать возмещения непокрытой части убытков.

Предупреждение о правах третьих лиц. Передача имущества в аренду не является основанием для прекращения или изменения прав третьих лиц на это имущество. Однако учитывая, что реализация третьими лицами своих прав на сданное в аренду имущество может повлечь за собой негативные последствия для арендатора, закон предусматривает, что при заключении договора аренды арендодатель обязан предупредить арендатора о всех правах третьих лиц на сдаваемое в аренду имущество (сервитуте, праве залога и т. п.). Неисполнение арендодателем этой обязанности дает арендатору право требовать уменьшения арендной платы либо расторжения договора и возмещения убытков.

Арендная плата. Арендная плата устанавливается за все арендуемое имущество в целом или отдельно по каждой из его составных частей в виде:

❖ фиксированных платежей, вносимых периодически или единовременно;

❖ установленной доли полученных в результате использования арендованного имущества продукции, плодов или доходов;

❖ предоставления арендатором определенных услуг;

❖ передачи арендатором арендодателю обусловленной договором вещи в собственность или в аренду;

❖ возложения на арендатора обусловленных договором затрат на улучшение арендованного имущества.

Договором аренды может быть предусмотрено сочетание указанных форм или иные формы оплаты аренды.

Порядок, условия и сроки внесения арендной платы определяются договором аренды. Если же они договором не определены, то признаются такими, которые применяются при аренде аналогичного имущества при сравнимых обстоятельствах.

Если иное не предусмотрено договором аренды:

❖ размер арендной платы может изменяться по соглашению сторон в сроки, предусмотренные договором, но не чаще одного раза в год;

❖ в случае существенного нарушения арендатором сроков внесения арендной платы арендодатель вправе потребовать от него досрочного внесения арендной платы в установленный арендодателем срок. При этом арендодатель не вправе требовать досрочного внесения арендной платы более чем за два срока подряд.

Если в силу обстоятельств, за которые арендатор не отвечает, условия пользования, предусмотренные договором аренды, или состояние имущества существенно ухудшились, он вправе потребовать соответствующего уменьшения арендной платы.

Пользование арендованным имуществом. Арендатор обязан пользоваться арендованным имуществом в соответствии с условиями договора аренды, а если такие условия в договоре не определены, в соответствии с назначением имущества. В противном случае арендодатель вправе потребовать расторжения договора и возмещения убытков.

Арендатор вправе с согласия арендодателя сдавать арендованное имущество в субаренду (*поднаем*) и передавать свои права и обязанности по договору аренды другому лицу (*перенаем*), предоставлять арендованное имущество в безвозмездное пользование, а также отдавать арендные

права в залог и вносить их в качестве вклада в уставный капитал хозяйственных товариществ и обществ или паевого взноса в производственный кооператив, если иное не установлено законодательством. В указанных случаях, за исключением перенайма, ответственным по договору перед арендодателем остается арендатор.

Учитывая временный характер владения и пользования арендатором арендованным имуществом, обязанности по осуществлению капитального ремонта сданного в аренду имущества закон возложил на арендодателя. Арендодатель обязан производить за свой счет, в установленный договором срок и по неотложной необходимости капитальный ремонт переданного в аренду имущества, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором аренды. Арендатор обязан поддерживать имущество в исправном состоянии, производить за свой счет текущий ремонт и нести расходы на содержание имущества, если иное не установлено законом или договором аренды.

Нарушение арендодателем обязанности по производству капитального ремонта дает арендатору право по своему выбору:

- ✧ произвести капитальный ремонт, предусмотренный договором или вызванный неотложной необходимостью, и взыскать с арендодателя стоимость ремонта или зачесть ее счет арендной платы;

- ✧ потребовать соответственного уменьшения арендной платы;

- ✧ потребовать расторжения договора и возмещения убытков.

Чтобы облегчить реализацию этого права арендатора, следует при заключении договора внимательно отнестись к установлению срока ремонта и определению условий, при наступлении которых необходимость капитального ремонта признается неотложной.

Досрочное прекращение договора аренды. Договор аренды может быть досрочно расторгнут по соглашению сторон, если иное не предусмотрено договором или судом по требованию одной из сторон. В случае одностороннего отказа от исполнения договора аренды полностью или частично, когда такой отказ допускается законом или соглашением сторон, договор аренды считается соответствующим расторгнутым или измененным.

В соответствии с общими положениями договор может быть расторгнут по решению суда только:

↗ при существенном нарушении условий договора одной из сторон, что влечет для другой стороны ущерб, при котором она в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора;

✧ в иных случаях, предусмотренных ГК РФ или договором аренды.

Если иное не предусмотрено договором аренды, досрочное прекращение договора аренды влечет прекращение заключенного в соответствии с ним договора субаренды. Субарендатор в этом случае имеет право на заключение с ним договора аренды на имущество, находившееся в его пользовании в соответствии с договором субаренды, в пределах оставшегося срока субаренды на условиях, соответствующих условиям прекращенного договора аренды.

ГК РФ предусматривает, что *по требованию арендодателя* договор аренды может быть досрочно расторгнут судом в случаях, когда арендатор:

1) пользуется имуществом с существенным нарушением условий договора или назначения имущества либо с неоднократными нарушениями;

2) существенно ухудшает имущество;

3) более двух раз подряд по истечении установленного договором срока платежа не вносит арендную плату;

4) не производит капитального ремонта имущества в установленные договором аренды сроки, а при отсутствии их в договоре — в разумные сроки в тех случаях, когда в соответствии с законом, иными правовыми актами или договором производство капитального ремонта является обязанностью арендатора.

Арендодатель вправе требовать досрочного расторжения договора только после направления арендатору письменного предупреждения о необходимости исполнения им обязательства в разумный срок.

По требованию арендатора договор аренды может быть досрочно расторгнут судом в случаях, когда:

1) арендодатель не предоставляет имущество в пользование арендатору либо создает препятствия пользованию имуществом в соответствии с условиями договора или назначением имущества;

2) переданное арендатору имущество имеет препятствующие пользованию им недостатки, которые не были оговорены арендодателем при заключении договора, не были заранее известны арендатору и не должны были быть обна-

ружены арендатором во время осмотра имущества или проверки его исправности при заключении договора;

3) арендодатель не производит являющийся его обязанностью капитальный ремонт имущества в установленные договором аренды сроки, а при отсутствии их в договоре — в разумные сроки;

4) имущество в силу обстоятельств, за которые арендатор не отвечает, оказалось в состоянии, не пригодном для **использования**.

Преимущественное право арендатора на заключение договора аренды на новый срок. Если иное не предусмотрено законом или договором аренды, арендатор, *надлежащим образом исполнявший свои обязанности*, по истечении срока договора имеет при прочих равных условиях преимущественное перед другими лицами право на заключение договора аренды на новый срок. Арендатор обязан письменно уведомить арендодателя о желании заключить такой договор *в срок, указанный в договоре аренды*, а если в договоре такой срок не указан — в разумный срок до окончания действия договора. При заключении договора аренды на новый срок *условия договора могут быть изменены* по соглашению сторон.

Если арендодатель отказал арендатору в заключении договора на новый срок, но в течение года со дня истечения срока договора с ним заключил договор аренды с другим лицом, арендатор вправе по своему выбору потребовать в суде перевода на себя прав и обязанностей по заключенному договору и возмещения убытков, причиненных отказом возобновить с ним договор аренды, либо только возмещения таких убытков.

Если арендатор продолжает пользоваться имуществом после истечения срока договора при отсутствии возражений со стороны арендодателя, договор считается *возобновленным на тех же условиях на неопределенный срок*.

Возврат арендодателю и выкуп арендованного имущества. При прекращении договора аренды арендатор обязан вернуть арендодателю имущество в том состоянии, в котором он его получил, с учетом нормального износа, или в состоянии, обусловленном договором. Если арендатор не возвратил арендованное имущество либо возвратил его несвоевременно, арендодатель вправе потребовать внесения арендной платы за все время просрочки. В случае, когда указанная плата не покрывает причиненных арендодателю

убытков, он может потребовать их возмещения. За несвоевременный возврат арендованного имущества убытки могут быть взысканы в полной сумме сверх предусмотренной договором неустойки, если иное не установлено договором.

Произведенные арендатором отделимые улучшения арендованного имущества являются его собственностью, если иное не предусмотрено договором аренды. В случае, когда арендатор произвел за счет собственных средств и с согласия арендодателя улучшения арендованного имущества, не отделимые без вреда для имущества, арендатор имеет право на возмещение стоимости этих улучшений, если иное не предусмотрено договором аренды. Улучшения арендованного имущества как отделимые, так и не отделимые, произведенные за счет амортизационных отчислений от этого имущества, являются собственностью арендодателя.

В законе или договоре аренды может быть предусмотрено, что арендованное имущество *переходит в собственность арендатора по истечении срока аренды или до его истечения* при условии внесения арендатором всей обусловленной договором выкупной цены. Если условие о выкупе арендованного имущества не предусмотрено в договоре аренды, оно может быть установлено дополнительным соглашением сторон, которые при этом вправе договориться о зачете ранее выплаченной арендной платы в выкупную цену.

§ 5.7.2. Организационно-экономические особенности финансовой аренды (лизинга)

Основные понятия, предмет и субъекты лизинга.

Лизинг — это совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга. По договору лизинга арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное арендатором (лизингополучателем) имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование. Договором лизинга может быть предусмотрено, что выбор продавца и приобретаемого имущества осуществляется лизингодателем. Законодательством установлено понятие лизинговой деятельности: *вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в лизинг,*

Правовое регулирование лизинговой деятельности осуществляется Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом «О финансовой аренде (лизинге)» от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ (в ред. от 29 января 2002 г. с изм. от 23 декабря 2003 г.), Федеральным законом «О присоединении Российской Федерации к Конвенции УНИДРУА о международном финансовом лизинге» от 8 февраля 1998 г. № 16-ФЗ, Постановлением Правительства РФ от 3 сентября 1998 г. № 1020 (в ред. от 6 июня 2002 г.) «Об утверждении порядка предоставления государственных гарантий на осуществление финансовой аренды (лизинга)» и другими правовыми актами.

Лизинговая деятельность обусловлена комплексом взаимосвязанных договорных отношений. Для того чтобы лизинг состоялся, обязательно должны быть заключены как минимум два договора — договор лизинга между лизингодателем и лизингополучателем и договор купли-продажи между лизингодателем и продавцом имущества. Наиболее активно повлиять на процесс заключения и выполнения договора купли-продажи и договора лизинга могут такие договоры, как: договоры банковского кредита, которые заключаются между банком и лизинговой компанией, или коммерческого кредита, заключаемого между поставщиком (продавцом) имущества и лизинговой компанией; договоры страхования различных видов рисков, которые могут возникнуть в ходе реализации договора лизинга; договоры залога, поручительства; договор поставки продукции, изготовленной на оборудовании, переданном в лизинг; договор на оказание услуг лизингового брокера и др.*

По экономической природе лизинг *схож с кредитными отношениями и инвестициями*. Кредитные отношения базируются на трех принципах: *срочности* (кредит дается на определенный период), *возвратности* (возвращается в установленный срок) и *платности* (за предоставленные услуги берется вознаграждение). При лизинге собственник имущества, передавая его на определенный период во временное пользование, в установленный срок получает его обратно, а за предоставленную услугу получает комиссионное вознаграждение, то есть имеет место кредит, в кото-

Газман В. Изменения в законодательстве о лизинге. // Хозяйство и право, № 12, 2002.

ром стороны оперируют не денежными средствами, а имуществом (основным капиталом).

По своим целям лизинг представляет собой своеобразную форму инвестиций: *лизингодатель финансирует инвестиции лизингополучателя.*

Предметом лизинга могут быть любые непотребляемые вещи, в том числе предприятия и другие имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другое *движимое и недвижимое имущество, которое может использоваться для предпринимательской деятельности.* Не могут быть предметом лизинга земельные участки и другие природные объекты, а также имущество, запрещенное к свободному обращению на рынке.

Субъектами лизинга являются физические и юридические лица: лизингодатель, лизингополучатель и продавец. Любой из субъектов лизинга может быть резидентом Российской Федерации или нерезидентом Российской Федерации.

Лизингодатель за счет привлеченных и (или) собственных средств приобретает в ходе реализации договора лизинга в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга.

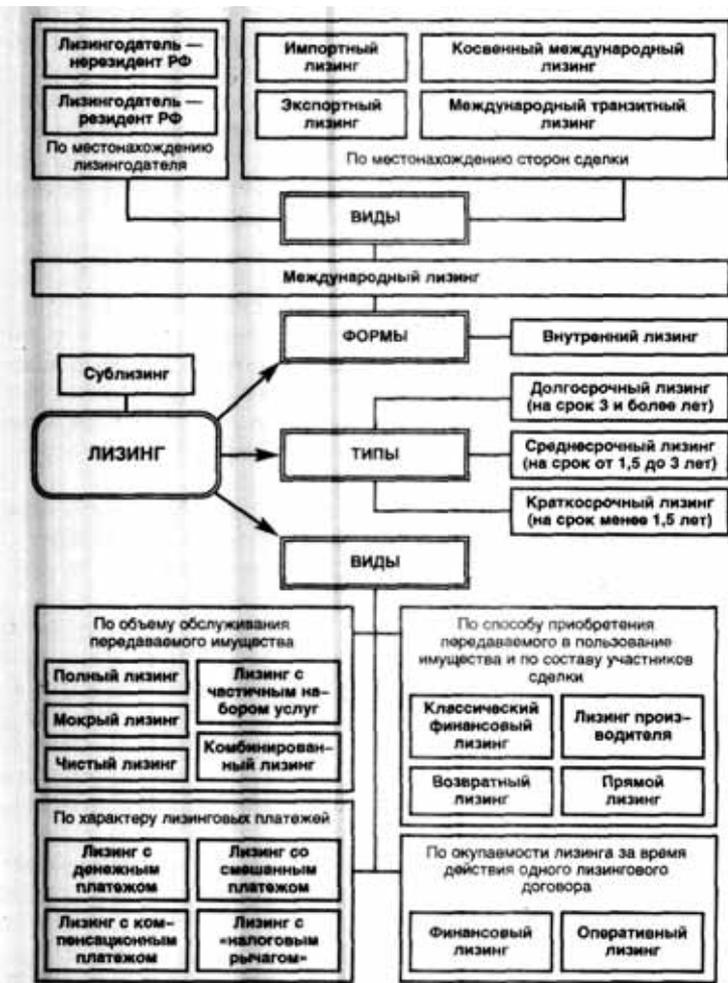
Лизингополучатель в соответствии с договором лизинга обязан принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование.

Продавец в соответствии с договором купли-продажи с лизингодателем продает лизингодателю в обусловленный срок имущество, являющееся предметом лизинга. Продавец обязан передать предмет лизинга лизингодателю или лизингополучателю в соответствии с условиями договора купли-продажи. Продавец может одновременно выступать в качестве лизингополучателя в пределах одного лизингового правоотношения.

Функции лизингодателей выполняют *лизинговые компании (фирмы)* — коммерческие организации (резиденты или нерезиденты Российской Федерации) в соответствии с законодательством РФ и со своими учредительными документами. Учредителями лизинговых компаний могут быть юридические и физические лица, резиденты или нерезиденты

Российской Федерации. Лизинговые компании имеют право *привлекать средства юридических и (или) физических лиц* (резидентов и нерезидентов Российской Федерации) для осуществления лизинговой деятельности в установленном законодательством Российской Федерации порядке.

Формы, типы и виды лизинга Разнообразие предметов, объектов, субъектов, сроков и других условий лизинговых сделок позволяет составить их обширную классифика-



С х е м а 5.6. Классификация лизинга

цию. **Основные** типы и виды лизинга, используемые в отечественной и зарубежной практике, показаны на *схеме 5.6*.

В законе «О финансовой аренде (лизинге)» нашли отражение только **формы лизинга** — *внутренний лизинг* и *международный лизинг*.

Внутренний лизинг имеет место, когда лизингодатель и лизингополучатель являются резидентами РФ.

Международный лизинг имеет место, как правило, когда лизингодатель или лизингополучатель являются нерезидентами РФ. Основная причина выхода лизинга на международную арену — общее стремление ведущих стран мира создать условия для стимулирования экспорта инвестиций со стороны промышленных компаний. Международный лизинг в зависимости от местонахождения сторон, участвующих в лизинговых операциях, делится на *экспортный лизинг*, если лизинговая компания приобретает предмет лизинга и затем передает его иностранному лизингополучателю; *импортный лизинг* — сделка, при которой поставщик находится на территории иностранного государства, и *международный транзитный лизинг* — сделка, при которой все субъекты лизинга находятся на территории разных государств. В последнее время все большее распространение получает так называемый *косвенный международный лизинг* — когда все три участника трехсторонней сделки являются юридическими лицами одной страны, а финансово-кредитное учреждение, финансирующее сделку путем предоставления займа лизинговой фирме, находится в другой стране.

Тип лизинга определяется сроком, на который заключена лизинговая сделка:

↙ *долгосрочный лизинг* — лизинг, осуществляемый в течение трех и более лет;

◇ *среднесрочный лизинг* — лизинг, осуществляемый в течение от полутора до трех лет;

◇ *краткосрочный лизинг* — лизинг, осуществляемый в течение менее полутора лет.

Вид лизинга определяется условиями лизинговой сделки. Общепринятыми параметрами дифференциации лизинга по видам признаются: срок использования и связанная с ним амортизация имущества (окупаемость лизинга), объем обязанностей участников лизинга, способ приобретения передаваемого в пользование имущества и состав участников сделки, тип имущества, характер лизинговых платежей.

В практике существует широкое разнообразие видов лизинга: *классический финансовый лизинг, лизинг производителя, чистый лизинг, мокрый лизинг* и другие виды лизинга.

При **финансовом лизинге** лизингодатель обязуется приобрести в собственность *указанное лизингополучателем имущество у определенного продавца* и передать лизингополучателю данное имущество в качестве предмета лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях *во временное владение и в пользование*. При этом срок, на который предмет лизинга передается лизингополучателю, *соизмерим по продолжительности со сроком полной амортизации* предмета лизинга или превышает его. Все обязанности по страхованию, техническому обслуживанию и ремонту, как правило, возлагаются на пользователя имущества. В течение срока договора лизингодатель возвращает себе всю стоимость имущества и получает доход от лизинговой операции. Предмет лизинга *переходит в собственность лизингополучателя* по истечении срока действия договора лизинга или до его истечения при условии выплаты лизингополучателем полной суммы, предусмотренной договором лизинга, если иное не предусмотрено договором (схема 5.7).

По общему правилу лизингодатель в финансовом лизинге не несет ответственности перед лизингополучателем за недостатки поставленного оборудования. Такая ответственность наступает лишь в случаях, когда пользователь доверил лизингодателю выбор поставщика и самого оборудова-



С х е м а 5.7. Алгоритм взаимодействия участников финансового лизинга (цифры показывают последовательность операций)

ния, а также если убытки возникли вследствие вмешательства лизингодателя в решение этих вопросов.

Финансовый лизинг является наиболее распространенным видом лизинга и содержит в себе множество различных подвидов, которые получили самостоятельные названия.

При **оперативном лизинге** (*операционной аренде*) лизингодатель закупает *на свой страх и риск* имущество и передает его лизингополучателю в качестве предмета лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях *во временное владение и в пользование*. Срок, на который имущество передается в лизинг, устанавливается на основании договора лизинга. По истечении срока действия договора лизинга и при условии выплаты лизингополучателем полной суммы, предусмотренной договором лизинга, предмет лизинга *возвращается лизингодателю*, при этом лизингополучатель *не имеет права требовать* перехода права собственности на предмет лизинга. При оперативном лизинге предмет лизинга может быть передан в лизинг неоднократно в течение полного срока амортизации предмета лизинга.

Так как в оперативном лизинге срок договора лизинга короче, чем нормативный срок службы имущества, лизинговые платежи за время действия одного лизингового договора не покрывают полной стоимости имущества. Поэтому лизингодатель вынужден его сдавать во временное пользование несколько раз и для него возрастает риск по возмещению остаточной стоимости объекта лизинга при отсутствии спроса на него. В связи с этим при всех прочих равных условиях размеры лизинговых платежей при оперативном лизинге гораздо выше, чем в финансовом лизинге.

Другой особенностью оперативного лизинга является то, что для него характерна двусторонняя лизинговая сделка, а обязанности по техническому обслуживанию, ремонту, страхованию лежат на лизинговой компании.

Как правило, лизинговая компания, приобретая имущество при оперативном лизинге, не знает его конкретного пользователя. Поэтому лизинговые компании должны хорошо знать конъюнктуру рынка лизингового имущества, причем как нового, так и бывшего в употреблении.

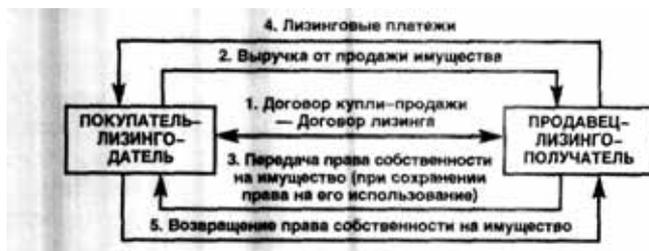
Классический финансовый лизинг — это вариант, когда объект лизинга приобретается лизингодателем у поставщика и передается пользователю на основе лизингового контракта.

Возвратный лизинг (*соглашения о продаже и «лизбэк»*) — разновидность финансового лизинга, при котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель, то есть фирма, которая владеет землей, сооружениями или оборудованием, продает эту собственность другому участнику сделки и одновременно оформляет соглашение о взятии в аренду этой собственности обратно на определенный период при оговоренных условиях. Таким образом, продавец-лизингополучатель сразу же получает выручку от продажи имущества покупателю-лизингодателю, сохраняя при этом право на его использование. Покупателем этой собственности может быть страховая компания, коммерческий банк, специализированная лизинговая компания или индивидуальный инвестор. Данный вид лизинга является альтернативой получению ссуды под недвижимость.

Арендные платежи при возвратном лизинге устанавливаются так, чтобы возратить полную цену продажи инвестору-арендодателю и обеспечить установленную прибыль по инвестированию.

Алгоритм взаимодействия участников возвратного лизинга показан на *схеме 5.8*. По данной схеме в лизинг можно сдавать целые предприятия (например, когда предприятие испытывает временные финансовые трудности). Однако сложность заключения такой сделки состоит в том, что не всегда можно найти инвестора-арендодателя, заинтересованного в ней.

Лизинг производителя — вид лизинга, при котором лизингодатель финансирует производителя, выполняющего две функции: продавца объекта лизинга, а затем лизингополучателя, не являющегося пользователем, поскольку имущество передается им в *сублизинг* третьему лицу. При



С х е м а 5.8. Алгоритм взаимодействия участников **возвратного лизинга** (цифры показывают последовательность операций)



С х е м а 5.9. Укрупненный алгоритм взаимодействия участников сублизинга (цифры показывают последовательность операций)

сублизинге основной лизингодатель через посредника (в данном случае им является производитель) сдает имущество в аренду лизингополучателю-пользователю (третьему лицу).

Таким образом, *сублизинг* — это вид поднайма предмета лизинга, при котором лизингополучатель по договору лизинга передает третьим лицам (лизингополучателям по договору сублизинга) во владение и в пользование за плату и на срок в соответствии с условиями договора сублизинга имущество, полученное ранее от лизингодателя по договору лизинга и составляющее предмет лизинга. Такой вариант широко используется в машиностроении и позволяет сочетать преимущества финансового и оперативного лизинга, так как ускоряется оборот капитала производителя и обеспечивается наиболее квалифицированное техническое обслуживание объекта лизинга. При передаче имущества в сублизинг право требования к продавцу переходит к лизингополучателю по договору сублизинга. Существует несколько вариантов сублизинга с различными схемами взаимодействия участников сделки. Вариант сублизинга, нашедший отражение в Законе о финансовой аренде, показан на *схеме 5.9*.

При **прямом лизинге** производитель будущего объекта лизинга (оборудования, транспортных средств и т. д.) самостоятельно сдает его в лизинг, то есть поставщик и лизингодатель совмещены в одном лице. В таком виде двусторонние лизинговые сделки не нашли широкого распространения, так как при увеличении лизинговых операций производитель, как правило, находит или создает свою лизинговую компанию.

Чистый лизинг — это отношения, при которых все обслуживание имущества берет на себя лизингополучатель. Поэтому в данном случае расходы по обслуживанию не

включаются в лизинговые платежи. Данный вид лизинга характерен для финансового лизинга.

При полном лизинге полное техническое обслуживание предмета лизинга осуществляет лизингодатель.

Лизинг с частичным набором услуг предполагает заранее согласованное разделение функций по обслуживанию предмета лизинга между сторонами договора.

При мокром лизинге лизингополучателю наряду с техническим обслуживанием, ремонтом, страхованием оказываются услуги по эксплуатации лизингового имущества. Кроме того, по желанию лизингополучателя лизингодатель может взять на себя обязанности по подготовке квалифицированного персонала, маркетингу и рекламе готовой продукции, поставке сырья и т. п. Данный вид лизинга характерен в основном для оперативного лизинга.

Комбинированный лизинг позволяет обеспечивать финансирование лизинговой фирмой крупных проектов, сочетая при этом преимущества финансового, оперативного и других видов лизинга. Например, при строительстве завода «под ключ» недвижимость и производственное оборудование предоставляются лизингополучателю на условиях финансового, а строительная техника — на условиях оперативного лизинга.

Если возникает необходимость смены оборудования в рамках лизингового контракта, сторонами применяется возобновляемый лизинг, который предусматривает периодическую замену оборудования по заявке лизингополучателя на однородное, но более современное. Револьверный лизинг, в отличие от возобновляемого, позволяет лизингополучателю по истечении определенного срока обменять используемое оборудование на другое, необходимое пользователю (например, в связи с особенностями технологического процесса производства).

По характеру лизинговых платежей различают:

✧ *лизинг с денежным платежом* — все платежи осуществляются в денежной форме;

✧ *лизинг с компенсационным платежом (бай-бэк)* — платежи осуществляются поставками части продукции, произведенной на оборудовании, которое является предметом лизинга;

✧ *лизинг со смешанным платежом* — расчеты осуществляются комбинированием денежной формы и поставками продукции;

❖ *лизинг с «налоговым рычагом» (левередж-лизинг)* — лизингополучателю предоставляется право передавать неиспользованные налоговые (амортизационные) льготы лизингодателю, который на соответствующую величину снижает арендную плату.

Лизинговая сделка и ее правовые основы

Лизинговая сделка совершается путем заключения договора лизинга между лизингодателем и лизингополучателем, а также обязательных и сопутствующих договоров с другими субъектами лизинга. К обязательным договорам относится договор купли-продажи объекта лизинга между поставщиком и лизингодателем. К сопутствующим договорам относятся договор о привлечении денежных средств, договор залога, договор гарантии, договор поручительства и другие.

В договоре лизинга должны быть указаны данные, позволяющие *определенно* установить имущество, подлежащее передаче лизингополучателю в качестве предмета лизинга. При отсутствии этих данных договор лизинга считается незаключенным.

Лизинговая сделка может включать в себя условия по оказанию дополнительных услуг, например таких, как:

- ❖ приобретение у третьих лиц прав на интеллектуальную собственность (ноу-хау, лицензионных прав, прав на товарные знаки, марки, программное обеспечение и других);
- ❖ приобретение у третьих лиц товарно-материальных ценностей, необходимых в период проведения монтажных (шефмонтажных) и пусконаладочных работ;
- ❖ осуществление монтажных (шефмонтажных) и пусконаладочных работ в отношении предмета лизинга, обучение персонала;
- ❖ послегарантийное обслуживание и ремонт предмета лизинга, в том числе текущий, средний и капитальный ремонт;
- ❖ подготовка производственных площадей и коммуникаций, услуги по проведению работ, связанных с установкой (монтажом) предмета лизинга;
- ❖ другие работы и услуги, без оказания которых невозможно использовать предмет лизинга.

На основании договора лизинга *лизингодатель обязуется*: приобрести у определенного продавца в собствен-

ность определенное имущество для его передачи за определенную плату на определенный срок, на определенных условиях в качестве предмета лизинга лизингополучателю; выполнить другие обязательства, вытекающие из содержания договора лизинга.

Лизингополучатель обязуется:

❖ принять предмет лизинга в порядке, предусмотренном указанным договором лизинга;

❖ выплатить лизингодателю лизинговые платежи в порядке и в сроки, которые предусмотрены договором лизинга;

❖ по окончании срока действия договора лизинга возвратить предмет лизинга, если иное не предусмотрено указанным договором, или приобрести предмет лизинга в собственность на основании договора купли-продажи;

❖ выполнить другие обязательства, вытекающие из содержания договора лизинга.

В договоре лизинга могут быть оговорены обстоятельства, *которые стороны считают бесспорным и очевидным нарушением обязательств* и которые ведут к прекращению действия договора лизинга и изъятию предмета лизинга.

Предмет лизинга, переданный по договору лизинга во временное владение и пользование лизингополучателю, является *собственностью лизингодателя*, последний вправе распоряжаться им, в том числе *изъять его из владения и пользования* у лизингополучателя в случаях, предусмотренных Законом о финансовой аренде.

Если лизинговые платежи не перечислены лизингополучателем *более двух раз подряд* по истечении установленного договором лизинга срока платежа, их списание со счета лизингополучателя осуществляется в бесспорном порядке путем направления лизингодателем в банк или иную кредитную организацию, в которых открыт счет лизингополучателя, распоряжения на списание с его счета денежных средств в пределах сумм просроченных лизинговых платежей. Бесспорное списание денежных средств не лишает лизингополучателя права на обращение в суд.

Лизингодатель вправе потребовать досрочного расторжения договора лизинга и возврата в разумный срок имущества в случаях, предусмотренных законодательством РФ, Законом о финансовой аренде и договором лизинга. В этом случае все расходы, связанные с возвратом имущества, в том числе расходы на его демонтаж, страхование и транспортировку, несет лизингополучатель.

Анализ деятельности лизинговых компаний показал, что почти в четырех тысячах заключенных договоров лизинга удельный вес серьезных нарушений, повлекших за собой расторжение договора и изъятие предмета лизинга, составил всего 0,9%. Этот показатель свидетельствует о достаточно высоком уровне подготовки и проработанности лизинговых проектов. Специалисты отмечают, что относительно частым основанием расторжения договора лизинга служит передача лизингополучателем прав по договору, совершенная в нарушение его условий. К таким действиям относят, например, передачу имущества в сублизинг.*

Предмет лизинга передается в лизинг со всеми его принадлежностями и со всеми документами (техническим паспортом и другими), если иное не предусмотрено договором лизинга. При прекращении договора лизинга лизингополучатель обязан вернуть лизингодателю предмет лизинга в **состоянии**, в котором он его получил, с учетом нормального износа или износа, обусловленного договором лизинга. Если лизингополучатель не возвратил его своевременно, лизингодатель вправе требовать внесения платежей за время просрочки, а если указанная плата не покрывает причиненных лизингодателю убытков, он может требовать их возмещения. Если была предусмотрена неустойка, убытки могут быть взысканы *сверх неустойки*.

Техническое обслуживание предмета лизинга, его капитальный и текущий ремонт *осуществляет лизингополучатель за свой счет*, если иное не предусмотрено договором лизинга. При осуществлении лизинга лизингополучатель вправе предъявлять *непосредственно продавцу* предмета лизинга требования к качеству и комплектности, срокам исполнения обязанности передать товар и другие требования, установленные законодательством РФ и договором купли-продажи между продавцом и лизингодателем.

При улучшении предмета лизинга лизингополучателем, **права лизингополучателя** и лизингодателя аналогичны правам, возникающим в подобных случаях при аренде.

Лизингодатель может уступить третьему лицу полностью или частично свои права по договору лизинга.

Залог предмета лизинга. Лизингодатель имеет право в целях привлечения денежных средств использовать в

Газман В. Изменения в законодательстве о лизинге. // Хозяйство и право, № 12, 2002.

качестве залога *предмет лизинга, который будет приобретен в будущем* по условиям договора лизинга. Лизингодатель *обязан* предупредить лизингополучателя о всех правах третьих лиц на предмет лизинга.

Переход права собственности. Договором лизинга может быть предусмотрено, что предмет лизинга переходит в собственность лизингополучателя по истечении срока договора лизинга или до его истечения на условиях, предусмотренных соглашением сторон. Федеральным законом могут быть установлены случаи *запрещения* перехода права собственности на предмет лизинга к лизингополучателю.

Страхование и риски. Предмет лизинга может быть застрахован от *рисков утраты* (гибели), *недостачи* или *повреждения* с момента поставки имущества продавцом и до момента окончания срока действия договора лизинга, если иное не предусмотрено договором. Страхователь (сторона, заключившая со страховщиком договор страхования) и выгодополучатель (сторона, в пользу которой заключен договор страхования), а также период страхования определяются договором лизинга.

Лизингополучатель в случаях, определенных законодательством Российской Федерации, *должен застраховать свою ответственность* за выполнение обязательств, возникающих вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу других лиц в процессе пользования лизинговым имуществом. Он также вправе *застраховать риск своей ответственности* за нарушение договора лизинга в пользу лизингодателя

Риски между сторонами договора лизинга распределяются следующим образом (если иное не предусмотрено договором лизинга):

✧ имущественные риски с момента фактической приемки предмета лизинга несет *лизингополучатель*;

✧ риск невыполнения продавцом обязанностей по договору купли-продажи предмета лизинга и связанные с этим убытки несет *сторона договора лизинга, которая выбрала продавца*;

✧ риск несоответствия предмета лизинга целям использования этого предмета по договору лизинга и связанные с этим убытки несет *сторона, которая выбрала предмет лизинга*.

Обращение взыскания третьих лиц на предмет лизинга. На предмет лизинга не может быть обращено взыскание третьего лица по обязательствам лизингополу-

чателя, в том числе в случаях, если предмет лизинга зарегистрирован на имя лизингополучателя. Взыскания третьих лиц, обращенные на имущество лизингодателя, могут быть отнесены только к данному объекту права собственности лизингодателя в отношении предмета лизинга. При этом к приобретателю прав лизингодателя в результате удовлетворения взыскания в обязательном порядке переходят не только права, но и обязательства лизингодателя, определенные в договоре лизинга.

Экономические основы лизинга

Лизинговые платежи. Под лизинговыми платежами понимается общая сумма платежей по договору лизинга за весь срок действия договора, в которую входят:

- ✦ возмещение затрат лизингодателя, связанных с приобретением и передачей предмета лизинга лизингополучателю (включая оплату процентов за кредит);
- ✦ возмещение затрат, связанных с оказанием других предусмотренных договором лизинга услуг;
- ✦ доход лизингодателя.

Кроме того, в общую сумму договора лизинга может включаться выкупная цена предмета лизинга, если договором лизинга предусмотрен переход права собственности на предмет лизинга к лизингополучателю.

Размер, способ осуществления и периодичность лизинговых платежей определяются договором лизинга с учетом Закона о финансовой аренде. Если расчеты по лизинговым платежам осуществляются продукцией, производимой с помощью предмета лизинга, цена на такую продукцию определяется договором лизинга. Размер лизинговых платежей может изменяться по соглашению сторон в сроки, предусмотренные договором лизинга, но не чаще, чем один раз в три месяца.

В целях налогообложения прибыли лизинговые платежи, в соответствии с законодательством о налогах и сборах, относятся к расходам, связанным с производством и (или) реализацией.

Порядок осуществления лизинговых платежей — одно из преимуществ лизинга. В связи с тем, что размеры и сроки выплат определяются на договорной основе, в соглашении могут быть оптимально учтены интересы всех сторон. Лизингодатель и лизингополучатель могут договориться:

об отсрочке первого платежа; об эволюционном нарастании лизинговых выплат; об авансовом платеже; о схеме выплат со снижением их объема к концу срока лизинга; о любых иных схемах платежей.

Применение механизма ускоренной амортизации предмета лизинга. Предмет лизинга, переданный лизингополучателю по договору лизинга, учитывается на балансе лизингодателя или лизингополучателя по взаимному соглашению. Сторона договора, на балансе которой находится предмет лизинга, производит амортизационные отчисления. *Стороны договора лизинга имеют право по взаимному соглашению применять ускоренную амортизацию предмета лизинга.*

Закон о финансовой аренде не установил определенных количественных критериев по соответствию сроков договоров лизинга срокам амортизации имущества. Это означает, что теоретически сроки лизинга могут быть очень короткими. По многим видам оборудования сроки договоров лизинга с учетом использования ускоренной амортизации значительно сократятся (Закон о лизинге содержал ограничение, согласно которому срок предоставления имущества лизингополучателю должен был быть соизмерим по продолжительности со сроком полной амортизации предмета лизинга или превышать его). Соответственно у банков появятся дополнительные стимулы кредитовать участников лизингового бизнеса, поскольку сократятся сроки кредитов, а значит уменьшатся риски кредиторов.

Мировой опыт законодательного регулирования лизинговых операций свидетельствует о том, что во многих странах установлена зависимость между амортизацией и сроком договора лизинга. Например, Гражданским кодексом Японии предусмотрено, что срок договора лизинга не может быть короче 70% законодательно установленного срока полезной службы лизингового имущества (60%, если этот срок службы 10 лет и более) или свыше 120% полезного срока. Однако в ряде стран жесткая зависимость между амортизацией и сроком договора лизинга не установлена. Например, законодательство Великобритании и Германии не содержит ограничений в отношении сроков лизинговой сделки.*

Газман В. Изменения в законодательстве о лизинге. // Хозяйство и право, № 12, 2002.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. *Какие договоры являются разновидностями договора купли-продажи?*
2. *Какие условия договора относятся к числу существенных?*
3. *Какова динамика рыночного равновесия под влиянием изменения спроса и предложения? Как она влияет на определение цены товара в договоре купли-продажи?*
4. *Приведите примеры реакции предприятия на динамику рыночного равновесия.*
5. *Каково предназначение товарных знаков, знаков обслуживания и наименования мест происхождения товаров. В чем состоят особенности коллективного товарного знака?*
6. *Как осуществляется регистрация наименования места происхождения товара и предоставление права пользования этим наименованием?*
7. *В чем сущность метода выбора поставщика (партнера) на основе рекламной информации?*
8. *В чем отличие новых подходов к формированию взаимоотношений потребителя и поставщика от традиционных?*
9. *При соблюдении каких условий договор купли-продажи считается согласованным?*
10. *Каковы последствия нарушения условий договора купли-продажи по количеству, ассортименту и качеству товара?*
11. *Каковы сроки предъявления претензий о недостатках товаров?*
12. *Какие правила определения цены при оплате товара предусмотрены законодательством?*
13. *Охарактеризуйте правоотношения, складывающиеся в различных ситуациях между покупателем и продавцом по оплате товара, страхованию товара и сохранению прав собственности на товар.*
14. *Какие способы розничной продажи товара предусмотрены Гражданским кодексом? Дайте характеристику им.*
15. *Какими правами обладает покупатель в случае продажи ему товара ненадлежащего качества?*
16. *Охарактеризуйте правоотношения между сторонами договора мены.*

17. *Приведите определение внешнеторгового договора купли-продажи. Каковы его признаки?*
18. *Что такое торговый обычай? В каких случаях арбитражные суды применяют торговые обычаи? Каково место терминов ИНКОТЕРМС в определении торговых обычаев?*
19. *Дайте характеристику базисных условий поставки. Какую роль они играют в формировании внешнеторгового контракта?*
20. *Каковы существенные условия внешнеторгового контракта?*
21. *Поясните основные правовые нормы, регулирующие взаимоотношения сторон по договору поставки.*
22. *Покажите алгоритм заключения договора поставки для государственных нужд.*
23. *Приведите примеры разрешения типичных споров между сторонами договора поставки.*
24. *Какое имущество относится к недвижимому? Какое имущество признается движимым?*
25. *Какие виды имущества входят в состав предприятия как имущественного комплекса?*
26. *Какие условия договора продажи недвижимости являются существенными?*
27. *В чем заключаются особенности продажи предприятия как имущественного комплекса?*
28. *Какие права продавца подлежат передаче покупателю предприятия, а какие не подлежат?*
29. *Покажите алгоритм продажи предприятия.*
30. *Каковы последствия передачи продавцом и принятия покупателем предприятия с недостатками?*
31. *В чем сущность социальной проблемы, возникающей при продаже предприятия как имущественного комплекса?*
32. *Дайте понятие биржевой сделки.*
33. *С какой целью используются форвардные сделки?*
34. *В чем сущность фьючерсной сделки?*
35. *Какие права дает членство на бирже?*
36. *Какие могут быть варианты биржевых торгов через посредника?*
37. *Каковы гарантии свободных цен в биржевой торговле?*
38. *Сформулируйте наиболее важные требования к рекламе.*

39. *Покажите степень искажения объективных характеристик объекта рекламы в образе, сформированном ненадлежащей рекламой.*
40. *Какая реклама считается недостоверной?*
41. *Какая реклама является неэтичной?*
42. *В чем особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг?*
43. *Покажите механизм контррекламы.*
44. *Какова ответственность за нарушение законодательства о рекламе?*
45. *Какие сделки считаются крупными?*
46. *Как определяется стоимость отчуждаемого в результате крупной сделки имущества?*
47. *Каков порядок принятия решения о совершении крупной сделки?*
48. *Дайте классификацию лизинга.*
49. *Какие формы лизинга нашли отражение в законе «О финансовой аренде (лизинге)»?* •
50. *В чем сущность оперативного, возвратного и финансового лизинга?*
51. *В чем сущность лизинговой сделки?*
52. *Что понимается под лизинговыми платежами? Каким образом осуществляются лизинговые платежи?*
53. *В чем заключается преимущество применения механизма ускоренной амортизации предмета лизинга перед обычной?*

Глава 6

РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ

■ точки зрения коммерческой деятельности для предприятия первостепенное значение имеют *инвестиционные* ценные бумаги, являющиеся объектом вложения капитала (акции, облигации, депозитные сертификаты, варранты, фьючерсные контракты, опционы). При этом предприятие может выступать как инвестор (вкладывать свободные средства в ценные бумаги других эмитентов) и как пользователь инвестиций (эмитировать свои ценные бумаги для привлечения инвестиций). Предприятие, активно действующее на рынке ценных бумаг, может одновременно финансировать инвестиции в выгодные проекты других предприятий и привлекать инвестиции в свои перспективные проекты.

Активность предприятия на рынке ценных бумаг зависит, в первую очередь, от следующих факторов:

◆ прибыльность производственно-хозяйственной деятельности. Прибыль является основным источником средств для покупки ценных бумаг. Прибыльность предприятия определяет привлекательность его ценных бумаг для инвесторов;

◆ наличие на рынке инвестиций проектов с уровнем рентабельности, превышающим средний уровень рыночной капитализации, а также наличие у предприятия собственных таких проектов (есть, что выгодно купить, и есть, что выгодно продать);

✓ открытость рынка ценных бумаг, позволяющая снизить риск инвесторов;

◆ дивидендная политика предприятия, позволяющая оптимизировать распределение прибыли на капиталовложения и дивиденды;

◆ квалификация и предприимчивость менеджеров, обеспечивающие эффективность коммерческой деятельности предприятия на рынке ценных бумаг.

Основными источниками правового регулирования рынка ценных бумаг являются: Гражданский кодекс РФ; федеральные законы: «О рынке ценных бумаг» от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ (в ред. от 28 декабря 2002 г.), «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» от 5 марта 1999 г. № 46-ФЗ (в ред. от 9 декабря 2002 г., с изм. от 23 декабря 2003 г.), «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ (в ред. от 30 декабря 2001 г. с изм. и доп., вступившими в силу с 1 июля 2002 г.), «Об акционерных обществах», «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)»; Закон РФ «О налоге на операции с ценными бумагами» от 12 декабря 1991 г. № 2023-1 (в ред. от 23 декабря 2003 г.).

§ 6.1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Понятие ценной бумаги. Гражданский кодекс РФ дает юридическое определение ценной бумаги как документа установленной формы и реквизитов, удостоверяющего *имущественные права*, осуществление или передача которых возможна только при его предъявлении. С передачей ценной бумаги ее новому владельцу переходят все удостоверяемые ею права в совокупности (ст. 142, п. 1 ГК РФ).

По экономическому содержанию *ценная бумага — это особая форма существования капитала, отличная от его товарной, производительной и денежной форм, которая может передаваться вместо него самого, обращаться на рынке как товар и приносить доход*. Суть ее состоит в том, что у владельца капитала сам капитал отсутствует, но имеются все права на него, которые и зафиксированы в форме ценной бумаги.

Поскольку обращение ценных бумаг осуществляется посредством рынка ценных бумаг, каждый вид **ценной** бумаги имеет свои специфические рыночные характеристики. Ими являются:

◆ содержание прав, удостоверяемых ценной бумагой (ее назначение и сфера обращения);

❖ тип актива, лежащего в основе ценной бумаги, или ее исходная основа (товары, деньги, совокупные активы фирмы, другие ценные бумаги и др.);

❖ порядок владения: ценная бумага на предъявителя, именная или ордерная ценная бумага;

↘ форма выпуска: эмиссионная или неэмиссионная (индивидуальная);

❖ форма собственности и вид эмитента: государство, юридическое лицо, физическое лицо;

❖ характер обращаемости: свободно обращается на рынке или есть ограничения;

❖ уровень риска: высокий, низкий и т. п.;

❖ наличие дохода: выплачивается по ценной бумаге какой-то доход или нет (доходные или бездоходные);

↘ форма вложения средств: инвестируются деньги в долг или для приобретения прав собственности.

Остановимся подробнее на некоторых характеристиках.

Порядок владения ценной бумагой определяет, кому принадлежат права, удостоверенные ценной бумагой. Эти права могут принадлежать:

↘ предъявителю ценной бумаги (ценная бумага на предъявителя);

❖ названному в ценной бумаге или в ее реестре лицу (именная ценная бумага);

❖ названному в ценной бумаге лицу, которое может само осуществить предоставляемые ценной бумагой права или назначить своим распоряжением (приказом) другое уполномоченное лицо (ордерная ценная бумага).

С точки зрения участников рынка, предъявительская ценная бумага имеет существенные преимущества перед именной, так как процесс перехода прав на капитал совершается «мгновенно» путем передачи ценной бумаги от ее продавца к покупателю. Кроме затрат на печатание такой ценной бумаги, каких-либо других расходов участников рынка на ее обращение не требуется.

Именная ценная бумага в отличие от предъявительской обладает двумя важными свойствами. Во-первых, всегда известен ее владелец, а во-вторых, поскольку в силу первого ее свойства все операции с ней обычно подлежат фиксации, регистрации, постольку эти операции становятся доступными для налогообложения со стороны государства. По мере развития рынка ценных бумаг тенденция выпуска именных ценных бумаг усиливается. В этом заинтересованы как те,

кто их выпускает (так как это позволяет контролировать все передачи прав собственности), так и государство, поскольку оно расширяет тем самым свою налогооблагаемую базу. При этом и тому, кто выпускает в обращение ценную бумагу, и государству сама по себе форма именной ценной бумаги безразлична. Важен лишь признак регистрируемости в чистом виде, что в конечном счете и ведет к тому, что бумажная форма именной ценной бумаги все больше уступает место ее безбумажной (электронной) форме.

Безбумажная ценная бумага — это всегда именная бумага, так как в электронной памяти она зарегистрирована на определенное юридическое или физическое лицо. Строго говоря, это уже не ценная бумага, а электронная форма учета владельцев капитала, обладающих заранее обозначенными правами и соответствующими обязательствами по отношению к пользователю этого капитала.

Электронная (бездокументарная) форма ценной бумаги дает возможность ускорять, упрощать и удешевлять ее обращение в части расчетов, передачи от одного владельца к другому, хранения и учета, налогообложения и т. п.

Операции с бездокументарными ценными бумагами могут совершаться только при обращении к лицу, которое официально совершает записи прав. Передача, предоставление и ограничение прав должны фиксироваться этим лицом. Оно несет ответственность за сохранность официальных записей, обеспечение их конфиденциальности, предоставление правильных данных о таких записях, совершение официальных записей о проведенных операциях (ст. 147 ГК РФ).

Лицо, осуществляющее фиксацию права в бездокументарной форме, обязано по требованию обладателя права выдать ему документ, свидетельствующий о закрепленном праве.

Эмиссионные ценные бумаги. *Эмиссионная ценная бумага* — любая ценная бумага, в том числе бездокументарная, которая характеризуется одновременно следующими признаками (ст. 2 Федерального закона «О рынке ценных бумаг»):

✦ закрепляет совокупность имущественных и неимущественных прав, подлежащих удостоверению, уступке и безусловному осуществлению с соблюдением установленных Федеральным законом формы и порядка;

✦ размещается выпусками;

❖ имеет равные объем и сроки осуществления прав внутри *одного выпуска* вне зависимости от времени приобретения ценной бумаги.

Российское законодательство о рынке ценных бумаг относит к эмиссионным ценным бумагам акции, облигации, опционы (опционные свидетельства). Другие ценные бумаги, имеющие признаки эмиссионных ценных бумаг (варранты, депозитарные расписки, фьючерсы), обращающиеся на зарубежных рынках ценных бумаг, российским законодательством не определены.

Выпуск эмиссионных ценных бумаг — совокупность всех ценных бумаг *одного эмитента*, предоставляющих одинаковый объем прав их владельцам и имеющих одинаковую номинальную стоимость в случаях, если наличие номинальной стоимости предусмотрено законодательством РФ. Выпуску эмиссионных ценных бумаг присваивается единый государственный регистрационный номер, который распространяется на все ценные бумаги данного выпуска.

Эмитент — юридическое лицо или органы исполнительной власти либо органы местного самоуправления, несущие от своего имени обязательства перед владельцами ценных бумаг по осуществлению прав, закрепленных ими.

Именные эмиссионные ценные бумаги — ценные бумаги, информация о владельцах которых должна быть *доступна эмитенту в форме реестра владельцев ценных бумаг*, переход прав на которые и осуществление закрепленных ими прав требуют обязательной идентификации владельца.

Содержание прав, удостоверяемых ценной бумагой, определяется классом, видом, категорией и типом ценной бумаги.

Классификация ценных бумаг и деривативов. Существующие ценные бумаги можно разделить на две большие группы:

❖ ценные бумаги, которые являются свидетельством действительного капитала, или основные ценные бумаги;

❖ ценные бумаги, которые служат свидетельством на фиктивный капитал (то есть ценные бумаги на ценные бумаги), или вторичные ценные бумаги.

К *основным ценным бумагам* российское законодательство относит: государственные облигации, облигации, векселя, чеки, депозитные сертификаты, сберегательные сертификаты, банковские сберегательные книжки на предъявителя, коносаменты, акции, приватизационные ценные

бумаги, двойные складские свидетельства, простые складские свидетельства, закладные.

Вторичные ценные бумаги основаны прежде всего на акциях, облигациях и закладных. Они могут выпускаться в двух формах:

✧ в форме основных ценных бумаг (например, облигации, основанные на пуле закладных). С помощью таких ценных бумаг осуществляется переход прав от владельца одних видов ценных бумаг к владельцам других видов ценных бумаг;

✧ в форме, отличной от основных ценных бумаг:

— в виде самостоятельно обращающихся прав на приобретение, обычно акций. К таким ценным бумагам относятся фондовые варранты, подписные права (по сути те же варранты, но действующие только в течение определенного времени подписки на акции), премиальные опционы (разновидность варрантов, выдаваемых в качестве поощрения руководителям компаний);

— в виде депозитных свидетельств (сертификатов, расписок) типа американских депозитарных расписок на акции.

Деривативы (производные инструменты): в узком значении — это срочные контракты и особые условия их заключения и исполнения; в широком значении — это любые инструменты рынка, основывающиеся на таких первичных доходных активах, как товары, деньги, имущество, ценные бумаги. Они используются для получения наибольшего дохода при заданном уровне риска или получения заданного дохода при минимальном риске, снижения размеров налогообложения и для достижения иных подобных целей, выдвигаемых участниками рынка.

К производным инструментам относятся форвардные, фьючерсные и опционные контракты, а также свопы. Каждый из перечисленных видов **имеет** много подвидов

Виды ценных бумаг. Под видом ценных бумаг понимается такая **их совокупность**, для которой все признаки, присущие ценным бумагам, являются общими, одинаковыми. 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. Акция является именной ценной бумагой;

❖ *облигация* — эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее владельца на получение от эмитента облигации в предусмотренный в ней срок ее номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента. Облигация может также предусматривать право ее владельца на получение фиксированного в ней процента от номинальной стоимости облигации либо иные имущественные права. Доходом по облигации являются процент и (или) дисконт;

❖ *опцион эмитента* — эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее владельца на покупку в предусмотренный в ней срок и (или) при наступлении указанных в ней обстоятельств определенного количества акций эмитента такого опциона по цене, определенной в опционе. Опцион эмитента является *именной* ценной бумагой. Принятие решения о размещении опционов эмитента и их размещение осуществляются в соответствии с установленными федеральными законами правилами размещения ценных бумаг, конвертируемых в акции. При этом цена размещения акций во исполнение требований по опционам эмитента определяется в соответствии с ценой, определенной в таком опционе;

❖ *сберегательный (депозитный) сертификат* — ценная бумага, удостоверяющая сумму вклада, внесенного в кредитную организацию, и права вкладчика (держателя сертификата) на получение по истечении установленного срока суммы вклада и обусловленных в сертификате процентов в кредитной организации, выдавшей сертификат, или в любом ее филиале;

❖ *вексель* — письменное денежное обязательство должника о возврате долга, форма и обращение которого регулируются специальным законодательством — вексельным правом;

❖ *чек* — ничем не обусловленное письменное распоряжение чекодателя банку уплатить чекополучателю указанную в нем сумму денег;

❖ *закладная* — именная ценная бумага, удостоверяющая права ее владельца в соответствии с договором об ипотечке (залоге недвижимого имущества) на получение денежного обязательства или указанного в нем имущества;

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

✧ *фондовый варрант* — ценная бумага, дающая его владельцу преимущественное право на покупку акций или облигаций какой-то компании в течение определенного срока времени по установленной цене;

✧ *подписное право* — ценная бумага, которая дает право акционерам компании подписаться на определенное количество вновь выпускаемых акций (или облигаций) данной компании по установленной цене подписки в течение установленного срока. Подписное право дает возможность акционеру компании приобрести акции до начала общей подписки, то есть в течение «льготной» подписки и по льготной цене.

✧ *депозитарная расписка (свидетельство, сертификат)* — 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.

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

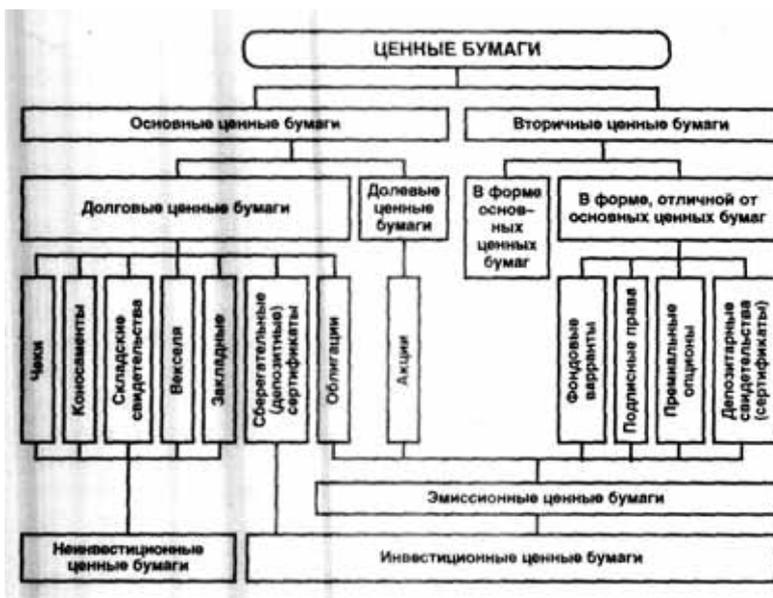
✧ *инвестиционные ценные бумаги* — ценные бумаги, являющиеся объектом вложения капитала (акции, облигации, сберегательные сертификаты, варранты, фьючерсные контракты, опционы);

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

Приведенная классификация ценных бумаг представлена на *схеме 6.1*.

На современном российском рынке ценных бумаг наибольшую значимость имеют эмиссионные инвестиционные ценные бумаги — акции и облигации.

Деление ценных бумаг на *долговые* и *владельческие долевые* отражает два возможных способа использования денежных средств: либо для приобретения какого-либо актива в собственность, либо во временное пользование. Если ценные бумаги выпускаются на ограниченный срок с последующим возвратом вложенных денежных сумм, то они являются долговыми бумагами. Это — облигации, сберегательные (депозитные) сертификаты, векселя и др. Владельческие ценные бумаги дают право собственности на соответствующие активы. Это — акции, варранты, коносаменты и др.



С х е м а 6.1. Классификация ценных бумаг

Уровень риска ценных бумаг зависит от их доходности и гарантированности: чем выше доходность, тем выше риск, на который готов идти приобретатель; чем выше гарантированность, тем ниже риск. Наименее рисковыми являются государственные облигации в силу их высокой гарантированности. Более рисковыми являются облигации компаний, и еще более рисковыми — акции и деривативы.

Передача и исполнение прав по ценной бумаге.

Порядок передачи и исполнения прав по ценной бумаге определен Гражданским кодексом РФ (ст. 146, 147, 390).

Для передачи другому лицу прав, удостоверенных ценной бумагой на предъявителя, достаточно вручения ценной бумаги этому лицу.

Права, удостоверенные именной ценной бумагой, передаются в порядке, установленном для уступки требований (цессии). Лицо, передающее право по ценной бумаге, *несет ответственность за недействительность соответствующего требования, но не за его неисполнение.*

Права по ордерной ценной бумаге передаются путем совершения на этой бумаге передаточной надписи — *индоссамента. Индоссант несет ответственность не только за существование права, но и за его осуществление.*

Индоссамент, совершенный на ценной бумаге, переносит все права, удостоверенные ценной бумагой, на лицо, которому или приказу которого передаются права по ценной бумаге, — индоссата. Индоссамент может быть *бланковым* (без указания лица, которому должно быть произведено исполнение) или *ордерным* (с указанием лица, которому или приказу которого должно быть произведено исполнение). Индоссамент может быть ограничен только поручением осуществлять права, удостоверенные ценной бумагой, без передачи этих прав индоссату (*препоручительный индоссамент*). В этом случае индоссат выступает в качестве представителя.

Лицо, выдавшее ценную бумагу, и все лица, индоссировавшие ее, отвечают перед ее законным владельцем *солидарно*. В случае удовлетворения требования законного владельца ценной бумаги об исполнении удостоверенного ею обязательства одним или несколькими *лицами* из числа обязавшихся до него по ценной бумаге они приобретают *право обратного требования* (регресса) к остальным лицам, обязавшимся по ценной бумаге.

Отказ от исполнения обязательства, удостоверенного ценной бумагой, со ссылкой на отсутствие основания обязательства либо на его недействительность не допускается.

Владелец ценной бумаги, обнаруживший подлог или подделку ценной бумаги, вправе предъявить к *лицу, передавшему ему бумагу*, требование о надлежащем исполнении обязательства, удостоверенного ценной бумагой, и о возмещении убытков.

§ 6.2. ВЫПУСК И ОБРАЩЕНИЕ ЭМИССИОННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ

Форма и порядок удостоверения, уступки и осуществления прав, закрепленных эмиссионной ценной бумагой, определяются Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» и указываются в решении эмитента о выпуске ценных бумаг.

Эмиссионные ценные бумаги **могут** выпускаться в одной из следующих форм:

❖ *именные ценные бумаги* (могут выпускаться только в бездокументарной форме, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами);

❖ *ценные бумаги на предъявителя* (могут выпускаться только в документарной форме).

На каждую эмиссионную ценную бумагу на предъявителя ее владельцу выдается сертификат. По требованию владельца может выдаваться один сертификат на две и более приобретаемые им ценные бумаги одного выпуска. Данная норма не применяется к эмиссионным ценным бумагам на предъявителя с обязательным централизованным хранением.

Решением о выпуске эмиссионных ценных бумаг на предъявителя, а в случаях, предусмотренных федеральными законами, решением о выпуске именных эмиссионных ценных бумаг может быть установлено, что такие бумаги подлежат обязательному хранению в определенном эмитентом депозитарии. В этом случае сертификат эмиссионных ценных бумаг на предъявителя (с обязательным централизованным хранением) на руки их владельцу не выдается.

Разрешение на размещение и (или) на обращение ценных бумаг российских эмитентов за пределами Российской Федерации выдается федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг на основании заявления, к которому прилагаются документы, подтверждающие соблюдение эмитентом требований Закона «О рынке ценных бумаг». Выдача разрешения или мотивированный отказ в его выдаче производится в течение 30 дней с даты получения всех необходимых документов.

Разрешение на размещение ценных бумаг российских эмитентов за пределами Российской Федерации может быть выдано одновременно с государственной регистрацией выпуска (дополнительного выпуска) таких ценных бумаг.

Этапы эмиссии. Процедура эмиссии ценных бумаг, если иное не предусмотрено федеральными законами, включает следующие этапы:

❖ принятие решения о размещении эмиссионных ценных бумаг;

❖ утверждение решения о выпуске (дополнительном выпуске) эмиссионных ценных бумаг;

❖ государственную регистрацию выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг;

❖ размещение эмиссионных ценных бумаг;

❖ государственную регистрацию отчета об итогах выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг.

Эмиссионные ценные бумаги, выпуск (дополнительный выпуск) которых не прошел государственную регистрацию, размещению не подлежат.

При учреждении акционерного общества или реорганизации юридических лиц, осуществляемой в форме слияния, разделения, выделения и преобразования, размещение эмиссионных ценных бумаг осуществляется до государственной регистрации их выпуска, а государственная регистрация отчета об итогах выпуска эмиссионных ценных бумаг осуществляется одновременно с государственной регистрацией выпуска эмиссионных ценных бумаг.

В случае размещения эмиссионных ценных бумаг путем открытой или закрытой подписки среди круга лиц, число которых превышает 500, государственная регистрация выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг сопровождается *регистрацией их проспекта*. При этом по каждому этапу процедуры эмиссии ценных бумаг производится раскрытие информации.

Решение о выпуске (дополнительном выпуске) эмиссионных ценных бумаг должно содержать сведения, установленные Законом «О рынке ценных бумаг», в том числе:

- ✧ вид, категорию (тип) эмиссионных ценных бумаг;
- ✧ права владельца, закрепленные эмиссионной ценной бумагой;
- ✧ условия размещения эмиссионных ценных бумаг;
- ✧ указание количества эмиссионных ценных бумаг в данном выпуске (дополнительном выпуске) эмиссионных ценных бумаг;
- ✧ указание, являются эмиссионные ценные бумаги именными или на предъявителя;
- ✧ номинальную стоимость эмиссионных ценных бумаг в случае, если наличие номинальной стоимости предусмотрено законодательством Российской Федерации.

К решению о выпуске (дополнительном выпуске) эмиссионных ценных бумаг в документарной форме прилагается описание или образец сертификата.

Закрепление имущественных прав. Эмиссионная ценная бумага закрепляет имущественные права в том объеме, в котором они установлены в решении о выпуске данных ценных бумаг, и в соответствии с законодательством Российской Федерации. При бездокументарной форме эмиссионных ценных бумаг решение о выпуске ценных бумаг является *документом, удостоверяющим права*, закреплен-

ные ценной бумагой. При документарной форме права, закрепленные ценной бумагой, удостоверяются сертификатом и решением о выпуске ценных бумаг. В случае расхождений между текстом решения о выпуске ценных бумаг и данными, приведенными в сертификате, владелец имеет право требовать осуществления прав, закрепленных этой ценной бумагой, в объеме, установленном сертификатом.

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

❖ заявление на регистрацию;

✓ решение о выпуске эмиссионных ценных бумаг;

❖ документы, подтверждающие соблюдение эмитентом требований законодательства Российской Федерации, определяющих порядок и условия принятия решения о размещении ценных бумаг, а также других требований, соблюдение которых необходимо при осуществлении эмиссии ценных бумаг;

❖ проспект ценных бумаг (если регистрация выпуска ценных бумаг сопровождается регистрацией проспекта ценных бумаг).

При государственной регистрации выпуска эмиссионных ценных бумаг ему присваивается индивидуальный государственный регистрационный номер. При государственной регистрации каждого дополнительного выпуска ценных бумаг ему присваивается индивидуальный государственный регистрационный номер, состоящий из индивидуального государственного регистрационного номера, присвоенного выпуску эмиссионных ценных бумаг, и индивидуального номера (кода) этого дополнительного выпуска эмиссионных ценных бумаг. По истечении трех месяцев с момента государственной регистрации отчета об итогах дополнительного выпуска эмиссионных ценных бумаг индивидуальный номер (код) дополнительного выпуска аннулируется.

Основаниями для отказа в государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг и регистрации проспекта ценных бумаг являются:

❖ нарушение эмитентом требований законодательства Российской Федерации о ценных бумагах, в том числе наличие в представленных документах сведений, позволяющих сделать вывод о противоречии условий эмиссии и обращения эмиссионных ценных бумаг законодательству РФ и несоответствии условий выпуска эмиссионных ценных бумаг законодательству РФ о ценных бумагах;

✧ несоответствие документов, представленных для государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг или регистрации проспекта ценных бумаг, и состава содержащихся в них сведений требованиям федерального закона и нормативных правовых актов федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг;

✧ непредставление в течение 30 дней по запросу регистрирующего органа всех документов, необходимых для государственной регистрации **выпуска** (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг или регистрации проспекта ценных бумаг;

✧ несоответствие финансового консультанта на рынке ценных бумаг, подписавшего проспект ценных бумаг, установленным требованиям;

✧ внесение в проспект ценных бумаг или решение о выпуске ценных бумаг (иные документы, являющиеся основанием для государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг) ложных сведений, либо сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений).

Проспект ценных бумаг. Проспект ценных бумаг должен содержать:

1. *Краткие сведения о лицах, входящих в состав органов управления эмитента, сведения о банковских счетах, об аудиторе, оценщике и о финансовом консультанте эмитента, а также об иных лицах, подписавших проспект.*

2. *Краткие сведения об объеме, о сроках, порядке и об условиях размещения эмиссионных ценных бумаг.* К таким сведениям относятся:

✧ вид, категория (тип) и форма размещаемых эмиссионных ценных бумаг;

✧ номинальная стоимость каждого вида, категории (типа), серии размещаемых ценных бумаг в случае, если наличие номинальной стоимости предусмотрено законодательством РФ;

✧ предполагаемый объем выпуска в денежном выражении и количество эмиссионных ценных бумаг, которые предполагается разместить;

✧ цена (порядок определения цены), порядок и сроки размещения эмиссионных ценных бумаг;

✧ круг потенциальных приобретателей, порядок и условия оплаты размещаемых эмиссионных ценных бумаг;

↘ порядок и условия заключения договоров в ходе размещения эмиссионных ценных бумаг;

↘ порядок раскрытия информации о размещении и результатах размещения эмиссионных ценных бумаг.

3. *Основную информацию о финансово-экономическом состоянии эмитента и факторах риска*, в том числе:

↘ о показателях финансово-экономической деятельности эмитента;

↘ о рыночной капитализации эмитента и его обязательствах;

↘ о целях эмиссии и направлениях использования средств, полученных в результате размещения эмиссионных ценных бумаг;

↘ о рисках, возникших в связи с приобретением размещаемых эмиссионных ценных бумаг.

4. *Подробную информацию об эмитенте*:

↘ об истории создания и о развитии эмитента;

↘ об основной хозяйственной деятельности;

↘ о планах будущей деятельности эмитента;

↘ об участии эмитента в промышленных, банковских и финансовых группах, холдингах, концернах и ассоциациях, а также о дочерних и зависимых хозяйственных обществах эмитента;

↘ о составе, структуре и стоимости основных средств эмитента, в том числе о планах по приобретению, замене, выбытию основных средств, а также сведения о всех фактах обременения основных средств эмитента.

5. *Сведения о финансово-хозяйственной деятельности эмитента*, в том числе:

↘ о результатах финансово-хозяйственной деятельности эмитента, факторах, оказавших влияние на изменение размера выручки от продажи эмитентом товаров, продукции, работ, услуг и прибыли (убытков) эмитента от основной деятельности, включая влияние инфляции, изменения курсов иностранных валют, решений государственных органов, иных экономических, финансовых, политических и других факторов;

↘ о ликвидности эмитента, размере, структуре и достаточности капитала и оборотных средств эмитента;

↘ о политике и расходах эмитента в области научно-технического развития в отношении лицензий и патентов, новых разработок и исследований;

↘ анализ тенденций развития в сфере основной деятельности эмитента.

6. Подробные сведения о лицах, входящих в состав органов управления эмитента, органов эмитента по контролю за его финансово-хозяйственной деятельностью, и краткие сведения о сотрудниках (работниках) эмитента. К таким сведениям относятся:

↙ информация о лицах, **входящих** в состав органов управления эмитента, в том числе являющихся членами совета директоров (наблюдательного совета) эмитента, членами коллегиального исполнительного органа управления эмитента, информация о лице, осуществляющем функции единоличного исполнительного органа управления эмитента (в том числе информация об управляющей организации), информация о лицах, осуществляющих функции ревизора и (или) членов ревизионной комиссии эмитента, а также сведения о характере любых родственных связей между любыми указанными лицами;

↘ сведения о размере вознаграждения, льгот и (или) компенсации расходов по каждому органу управления эмитента (за исключением физического лица, осуществляющего функции единоличного исполнительного органа) и органу контроля за его финансово-хозяйственной деятельностью, которые выплачены эмитентом за последний завершенный финансовый год, а также сведения о существующих соглашениях относительно таких выплат в текущем финансовом году;

↙ сведения о структуре и компетенции органов управления эмитента и органов контроля за его финансово-хозяйственной деятельностью;

↘ данные о численности и обобщенные данные об образовании и о составе сотрудников (работников) эмитента, а также об изменении численности сотрудников (работников) эмитента в случае, если такое изменение является для эмитента существенным;

↘ сведения о любых обязательствах эмитента перед сотрудниками (работниками), касающихся возможности их участия в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) эмитента (приобретения акций эмитента), включая любые соглашения, которые предусматривают выпуск или предоставление сотрудникам (работникам) опционов эмитента;

↙ размер доли участия лиц, указанных в абзаце первом настоящего пункта, в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) эмитента и его дочерних и зависимых обществ, доли принадлежащих указанным лицам обыкновенных ак-

ций эмитента и его дочерних и зависимых обществ, а также сведения об опционах эмитента и его дочерних и зависимых обществ, предоставленных таким лицам на акции эмитента.

7. *Сведения об участниках (акционерах) эмитента и о совершенных эмитентом сделках, в совершении которых имела заинтересованность, в том числе:*

↙ сведения об общем количестве участников (акционеров) эмитента;

✦ сведения об участниках (акционерах) эмитента, владеющих не менее чем 5 процентами его уставного (складочного) капитала (паевого фонда) или не менее чем 5 процентами его обыкновенных акций, в том числе о размере доли участника (акционера) эмитента в его уставном (складочном) капитале (паевом фонде), а также доли принадлежащих ему обыкновенных акций эмитента;

✦ сведения о доле участия государства или муниципального образования в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) эмитента, наличии специального права («золотой акции»);

↙ сведения об ограничениях на участие в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) эмитента;

✦ сведения о совершенных эмитентом сделках, в совершении которых имела заинтересованность за пять последних завершённых финансовых лет или за каждый завершённый финансовый год, если эмитент осуществляет свою деятельность менее пяти лет, а также за период до даты утверждения проспекта ценных бумаг;

↙ сведения о размере дебиторской задолженности за пять последних завершённых финансовых лет или за каждый завершённый финансовый год, если эмитент осуществляет свою деятельность менее пяти лет, в том числе с разбивкой по дебиторам, размер задолженности которых составляет не менее 10 процентов общего размера дебиторской задолженности, а также сведения о дебиторской задолженности перед аффилированными лицами.

8. *Бухгалтерскую отчетность эмитента и иную финансовую информацию:*

✦ годовую бухгалтерскую отчетность эмитента за три последних завершённых финансовых года или за каждый завершённый финансовый год, если эмитент осуществляет свою деятельность менее трех лет, к которой прилагается заключение аудитора (аудиторов) в отношении указанной бухгалтерской отчетности;

❖ квартальную бухгалтерскую отчетность эмитента за последний завершённый отчетный квартал;

❖ сводную бухгалтерскую отчетность эмитента за три последних завершённых финансовых года или за каждый завершённый финансовый год;

❖ сведения об общей сумме экспорта, а также о доле, которую составляет экспорт в общем объеме продаж;

❖ сведения о существенных изменениях, произошедших в составе имущества эмитента после даты окончания последнего завершённого финансового года;

❖ сведения об участии эмитента в судебных процессах в случае, если такое участие может существенно отразиться на финансово-хозяйственной деятельности эмитента.

9. *Подробные сведения о порядке и об условиях размещения эмиссионных ценных бумаг:*

❖ о размещаемых эмиссионных ценных бумагах, цене размещения (порядке ее определения), наличии преимущественных или иных прав на приобретение размещаемых эмиссионных ценных бумаг, любых ограничениях на приобретение и обращение размещаемых эмиссионных ценных бумаг;

❖ о динамике изменения цен на эмиссионные ценные бумаги эмитента в случае, если такие ценные бумаги были допущены к обращению организатором торговли на рынке ценных бумаг, в том числе фондовой биржей;

❖ о лицах, оказывающих услуги по организации размещения и (или) по размещению эмиссионных ценных бумаг;

❖ о круге потенциальных приобретателей эмиссионных ценных бумаг;

❖ об организаторах торговли на рынке ценных бумаг, в том числе о фондовых биржах, на которых предполагается размещение и (или) обращение размещаемых эмиссионных ценных бумаг;

❖ о возможном изменении доли участия акционеров в уставном капитале эмитента в результате размещения эмиссионных ценных бумаг;

❖ о расходах, связанных с эмиссией ценных бумаг;

❖ о способах и порядке возврата средств, полученных в оплату размещаемых эмиссионных ценных бумаг в случае признания выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг несостоявшимся или недействительным, а также в иных случаях, предусмотренных законодательством РФ.

10. *Дополнительные сведения об эмитенте и о размещенных им эмиссионных ценных бумагах*, в том числе:

❖ о размере, структуре уставного (складочного) капитала (паевого фонда) эмитента и его изменении за пять последних завершаемых финансовых лет или за каждый завершаемый финансовый год, если эмитент осуществляет свою деятельность менее пяти лет, с указанием решений уполномоченных органов управления эмитента, явившихся основанием для такого изменения;

❖ о каждой категории (типе) акций эмитента с указанием прав, предоставляемых акциями их владельцам, номинальной стоимости каждой акции, количества находящихся в обращении акций, количества дополнительных акций, находящихся в процессе размещения, количества объявленных акций, количества акций, находящихся на балансе эмитента, количества дополнительных акций, которые могут быть размещены в результате конвертации размещенных эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в акции, или в результате исполнения обязательств по опционам эмитента;

❖ о предыдущих выпусках эмиссионных ценных бумаг эмитента, за исключением акций эмитента;

❖ о законодательных актах, регулирующих вопросы импорта и экспорта капитала, которые могут повлиять на выплату дивидендов, процентов и других платежей нерезидентам;

❖ описание порядка налогообложения доходов по размещенным и размещаемым эмиссионным ценным бумагам эмитента;

❖ об объявленных (начисленных) и о выплаченных дивидендах по акциям эмитента, а также о доходах по облигациям эмитента за пять последних завершаемых финансовых лет или за каждый завершаемый финансовый год, если эмитент осуществляет свою деятельность менее пяти лет, включая порядок выплаты дивидендов и иных доходов;

❖ о кредитных рейтингах эмитента, а также об их изменении за пять последних завершаемых финансовых лет или за каждый завершаемый финансовый год, если эмитент осуществляет свою деятельность менее пяти лет;

❖ о коммерческих организациях, в которых эмитент владеет не менее чем 5 процентами уставного (складочного) капитала (паевого фонда) либо не менее чем 5 процентами обыкновенных акций.

Проспект ценных бумаг хозяйственного общества утверждается советом директоров (наблюдательным советом) или органом, осуществляющим в соответствии с федеральными законами функции совета директоров (наблюдательного совета) этого хозяйственного общества. Проспект ценных бумаг юридических лиц иных организационно-правовых форм утверждается лицом, осуществляющим функции исполнительного органа эмитента, если иное не установлено федеральными законами.

Лица, подписавшие проспект ценных бумаг, при наличии их вины несут солидарно между собой субсидиарную с эмитентом ответственность за ущерб, причиненный владельцу ценных бумаг вследствие содержащейся в указанном проспекте недостоверной, неполной и (или) вводящей в заблуждение инвестора информации, подтвержденной ими. При этом срок исковой давности для возмещения ущерба по основаниям, указанным в настоящей статье, составляет три года со дня начала размещения ценных бумаг, а в случае, если государственная регистрация выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг не сопровождалась регистрацией проспекта ценных бумаг, со дня начала публичного обращения эмиссионных ценных бумаг.

Раскрытие информации о ценных бумагах. *Под раскрытием информации понимается обеспечение ее доступности всем заинтересованным в этом лицам независимо от целей получения данной информации по процедуре, гарантирующей ее нахождение и получение.*

В случае регистрации проспекта ценных бумаг эмитент обязан обеспечить доступ к информации, содержащейся в проспекте ценных бумаг. При этом раскрытие информации осуществляется в форме:

❖ ежеквартального отчета эмитента эмиссионных ценных бумаг;

▽ сообщения о существенных фактах (событиях, действиях), затрагивающих финансово-хозяйственную деятельность эмитента эмиссионных ценных бумаг.

Ежеквартальный отчет должен содержать информацию, состав и объем которой соответствуют требованиям Закона «О рынке ценных бумаг», предъявляемым к проспекту ценных бумаг, за исключением информации о порядке и условиях размещения эмиссионных ценных бумаг. Ежеквартальный отчет представляется в регистрирующий орган не позднее 45 дней с даты окончания отчетного квартала.

Сообщениями о существенных фактах, затрагивающих финансово-хозяйственную деятельность эмитента, признаются сведения:

- ◇ о реорганизации эмитента, его дочерних и зависимых обществ;

- ◇ о фактах, повлекших разовое увеличение или уменьшение стоимости активов эмитента более чем на 10 процентов, о фактах, повлекших разовое увеличение чистой прибыли или чистых убытков эмитента более чем на 10 процентов, о фактах разовых сделок эмитента, размер которых либо стоимость имущества по которым составляет 10 процентов и более от активов эмитента по состоянию на дату сделки;

- ◇ о выпуске эмитентом ценных бумаг, о начисленных и (или) выплаченных доходах по ценным бумагам эмитента;

- ◇ о появлении в реестре эмитента лица, владеющего более чем 25 процентами его эмиссионных ценных бумаг любого отдельного вида;

- ◇ о датах закрытия реестра, о сроках исполнения обязательств эмитента перед владельцами, о решениях общих собраний;

- ◇ о принятии уполномоченным органом эмитента решения о выпуске эмиссионных ценных бумаг.

Сообщения о существенных фактах должны направляться эмитентом в федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг или уполномоченный им орган, а также публиковаться эмитентом не позднее пяти дней с момента наступления этих фактов в печатных средствах массовой информации, распространяемых тиражом, доступным для большинства владельцев ценных бумаг эмитента.

В случае открытой подписки эмитент обязан опубликовать сообщение о государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг, при этом указав порядок доступа любых заинтересованных лиц к информации, содержащейся в проспекте ценных бумаг, в печатном органе массовой информации, распространяемом тиражом не менее 10 тысяч экземпляров. В случае закрытой подписки, сопровождающейся регистрацией проспекта ценных бумаг, — в печатном органе массовой информации, распространяемом тиражом не менее одной тысячи экземпляров.

В ряде случаев владелец обязан осуществлять раскрытие информации о своем владении эмиссионными ценными бумагами какого-либо эмитента (за исключением обли-

гаций, не конвертируемых в акции). Такими случаями считаются, если он:

❖ вступил во владение 20 процентами или более любого вида эмиссионных ценных бумаг эмитента;

↗ увеличил свою долю владения любым видом эмиссионных ценных бумаг эмитента до уровня, кратного каждому 5 процентам свыше 20 процентов этого вида ценных бумаг;

❖ снизил свою долю владения любым видом эмиссионных ценных бумаг эмитента до уровня, кратного каждому 5 процентам свыше 20 процентов этого вида ценных бумаг.

Владелец раскрывает указанную информацию (содержащую имя или наименование владельца, вид и государственный регистрационный номер ценных бумаг, наименование эмитента, количество принадлежащих ему ценных бумаг) не позднее пяти дней после соответствующих действий путем уведомления федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг или уполномоченного им органа.

Размещение эмиссионных ценных бумаг. Эмитент имеет право начинать размещение эмиссионных ценных бумаг только после государственной регистрации их выпуска (если иное не установлено Законом «О рынке ценных бумаг») в количестве, не превышающем указанного в решении о выпуске (дополнительном выпуске) ценных бумаг.

Фактическое количество размещенных ценных бумаг указывается в отчете об итогах выпуска, представляемом на регистрацию. Доля неразмещенных ценных бумаг из числа, указанного в решении о выпуске (дополнительном выпуске) эмиссионных ценных бумаг, при которой эмиссия считается несостоявшейся, устанавливается федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Эмитент обязан завершить размещение выпускаемых эмиссионных ценных бумаг не позднее одного года с даты государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) таких ценных бумаг.

Запрещается размещение путем подписки эмиссионных ценных бумаг выпуска, государственная регистрация которого сопровождается регистрацией проспекта ценных бумаг, ранее чем через две недели после опубликования сообщения о государственной регистрации выпуска эмиссионных ценных бумаг. Информация о цене размещения эмиссионных ценных бумаг может раскрываться в день начала их размещения.

Запрещается при публичном размещении или обращении выпуска эмиссионных ценных бумаг предоставлять преимущество при приобретении ценных бумаг одним потенциальным владельцам перед другими. Из этого правила делаются исключения в следующих случаях:

- ❖ при эмиссии государственных ценных бумаг;
- ❖ при предоставлении акционерам акционерных обществ преимущественного права выкупа новой эмиссии ценных бумаг в количестве, пропорциональном числу принадлежащих им акций в момент принятия решения об эмиссии;
- ❖ при введении эмитентом ограничений на приобретение ценных бумаг нерезидентами.

Эмитент не позднее 30 дней после завершения размещения эмиссионных ценных бумаг обязан представить отчет об итогах выпуска эмиссионных ценных бумаг в регистрирующий орган. Одновременно с отчетом об итогах выпуска в регистрирующий орган представляются заявление о его регистрации и документы, подтверждающие соблюдение эмитентом требований законодательства РФ, определяющих порядок и условия размещения ценных бумаг, утверждения отчета об итогах выпуска ценных бумаг, раскрытия информации, и иных требований, соблюдение которых необходимо при размещении ценных бумаг.

Недобросовестная эмиссия. Недобросовестной эмиссией признаются действия, выражающиеся в нарушении процедуры эмиссии, установленной законом, которые являются основаниями для отказа регистрирующими органами в государственной регистрации выпуска эмиссионных ценных бумаг, признания выпуска эмиссионных ценных бумаг несостоявшимся или приостановления эмиссии эмиссионных ценных бумаг. Если регистрирующий орган обнаружил признаки недобросовестной эмиссии, он обязан в течение семи дней сообщить об этом в федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг или в его региональное отделение.

Выпуск эмиссионных ценных бумаг может быть приостановлен или признан несостоявшимся при обнаружении регистрирующим органом следующих нарушений:

- ❖ нарушение эмитентом в ходе эмиссии требований законодательства Российской Федерации;
- ❖ обнаружение в документах, на основании которых был зарегистрирован выпуск ценных бумаг, недостоверной информации.

В случае признания выпуска эмиссионных ценных бумаг недействительным все ценные бумаги данного выпуска подлежат возврату эмитенту, а средства, полученные эмитентом от размещения выпуска, признанного недействительным, должны быть возвращены владельцам. Федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг для возврата средств владельцам вправе обратиться в суд.

Все издержки, связанные с признанием выпуска эмиссионных ценных бумаг недействительным (несостоявшимся) и возвратом средств владельцам, относятся на счет эмитента.

В случае нарушения, выражающегося в выпуске ценных бумаг в обращение сверх объявленного в проспекте ценных бумаг, эмитент обязан обеспечить выкуп и погашение ценных бумаг, выпущенных в обращение сверх количества, объявленного к выпуску.

Срок исковой давности для признания недействительными выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг, сделок, совершенных в процессе размещения эмиссионных ценных бумаг, и отчета об итогах их выпуска составляет три месяца с момента регистрации отчета об итогах выпуска этих ценных бумаг.

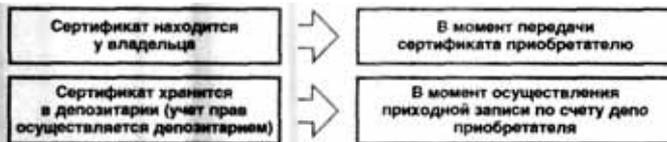
Обращение эмиссионных ценных бумаг. Обращение эмиссионных ценных бумаг до полной их оплаты и государственной регистрации отчета об итогах их выпуска запрещается. Публичное обращение эмиссионных ценных бумаг, в том числе ценных бумаг иностранных эмитентов запрещается до регистрации проспекта ценных бумаг.

Основными параметрами обращения ценных бумаг являются:

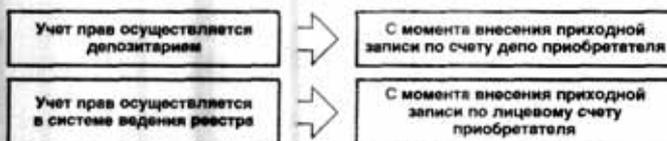
- ✧ форма удостоверения прав собственности на ценные бумаги;
- ✧ переход прав, закрепленных ценными бумагами;
- ✧ реализация закрепленных прав.

Права владельцев на эмиссионные ценные бумаги документарной формы выпуска удостоверяются сертификатами либо сертификатами и записями по счетам депо в депозитариях. Права владельцев на эмиссионные ценные бумаги бездокументарной формы выпуска удостоверяются в системе ведения реестра — записями на лицевых счетах у держателя реестра или в случае учета прав на ценные бумаги в депозитарии — записями по счетам депо в депозитариях.

Право на предъявительскую ценную бумагу переходит к приобретателю:



Право на именная бездокументарную ценную бумагу переходит к приобретателю:



Права, закрепленные эмиссионной ценной бумагой, переходят к их приобретателю с момента перехода прав на эту ценную бумагу. Переход прав, закрепленных именной эмиссионной ценной бумагой, должен сопровождаться уведомлением держателя реестра, или депозитария, или номинального держателя ценных бумаг.

Осуществление прав производится:



В случае, если законодательством Российской Федерации или иными нормативными правовыми актами РФ установлены ограничения на долю участия иностранных лиц в капитале российских эмитентов, о совершенных сделках по приобретению иностранными владельцами акций, выпущенных такими российскими эмитентами, сторонам по сделке надлежит уведомлять федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг и иные органы в случаях, предусмотренных федеральными законами.

§ 6.3. РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ

Рынок ценных бумаг — рынок, на котором осуществляется обращение ценных бумаг, их покупка-продажа.

§ 6.3.1. Функции рынка ценных бумаг

Функции рынка ценных бумаг можно подразделить на две группы: общерыночные функции, присущие обычно каждому рынку, и специфические, которые отличают его от других рынков. К *общерыночным функциям* относятся такие, как:

❖ коммерческая функция — функция получения прибыли от операций на данном рынке;

❖ ценообразующая функция — рынок обеспечивает процесс складывания рыночных цен, их постоянное движение и т. д.;

❖ информационная функция — рынок производит и доводит до своих участников рыночную информацию об объектах торговли и ее участниках;

❖ регулирующая функция — рынок создает правила торговли и участия в ней, порядок разрешения споров между участниками, устанавливает приоритеты, органы контроля или даже управления и т. д.

К *специфическим функциям рынка* ценных бумаг относят:

❖ перераспределительную функцию:

— перераспределение денежных средств между отраслями и сферами рыночной деятельности;

— перевод сбережений, прежде всего населения, из непроизводительной в производительную форму;

— финансирование дефицита государственного бюджета на неинфляционной основе, то есть без выпуска в обращение дополнительных денежных средств;

❖ функцию страхования ценовых и финансовых рисков или их перераспределения (осуществляемую посредством использования инструментов рынка ценных бумаг).

§ 6.3.2. Формы рынка ценных бумаг

По способам торговли можно выделить следующие составные части (формы) рынка ценных бумаг:

- первичный и вторичный;
- организованный и неорганизованный;

- ∇ биржевой и внебиржевой;
- ∇ традиционный и компьютеризированный;
- ◇ кассовый и срочный.

Первичный рынок — это рынок, обеспечивающий 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 рынок, на котором обращаются ранее выпущенные ценные бумаги (совокупность всех актов купли-продажи или других форм перехода ценной бумаги от одного ее владельца к другому в течение всего срока существования ценной бумаги).

Организованный рынок ценных бумаг — это рынок, на котором обращение ценных бумаг происходит по твердо установленным правилам, регулирующим практически все стороны его деятельности. *Неорганизованный рынок* — обращение ценных бумаг без соблюдения единых для всех участников рынка правил.

Биржевой рынок — это торговля ценными бумагами на фондовых биржах. *Внебиржевой рынок* — торговля ценными бумагами, минуя фондовую биржу. Биржевой рынок — это всегда организованный рынок ценных бумаг, так как торговля на нем ведется строго по правилам биржи и только между биржевыми посредниками, которые тщательно отбираются среди всех других участников рынка. Внебиржевой рынок может быть организованным и неорганизованным. Организованный внебиржевой рынок основывается на компьютерных системах связи, торговли и обслуживания по ценным бумагам.

Торговля ценными бумагами может осуществляться на *традиционных и компьютеризированных рынках*. В последнем случае торговля ведется через компьютерные сети, объединяющие соответствующих фондовых посредников в единый компьютеризированный рынок.

Кассовый рынок ценных бумаг («кэш»-рынок, или «спот»-рынок) — это рынок с немедленным исполнением сделок в течение 1–3 рабочих дней. Срочный рынок ценных бумаг — рынок с отсроченным, обычно на несколько месяцев, исполнением сделки. Как правило, традиционные ценные бумаги (акции, облигации) обращаются на кассовом рынке, а контракты на производные инструменты рынка ценных бумаг — на срочном рынке.

§ 6.3.3. Участники рынка. Профессиональная деятельность на рынке 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 вложенных свободных денежных средств).

3. *Фондовые посредники* — организации, которые осуществляют на рынке ценных бумаг брокерскую или дилерскую деятельность или деятельность по управлению ценными бумагами.

4. *Организации, обслуживающие рынок ценных бумаг.* Одни из них организуют рынок ценных бумаг и обеспечивают заключение сделок купли-продажи (фондовые биржи, небиржевые организаторы рынка). Другие обеспечивают исполнение сделок (расчетные центры, депозитарии, регистраторы). Третьи обеспечивают рынок всей нужной ему информацией (информационные агентства).

5. *Государственные органы регулирования и контроля рынка ценных бумаг.* Профессиональную деятельность по регулированию и контролю осуществляют Министерство финансов РФ, федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг, Экспертный совет при федеральном органе исполнительной власти по рынку ценных бумаг, Центральный банк РФ, Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства.

К профессиональным видам деятельности законодательство относит:

- ❖ брокерскую деятельность;
- ❖ дилерскую деятельность;
- ❖ управление ценными бумагами;
- ❖ клиринговую деятельность;
- ❖ депозитарную деятельность;
- ❖ ведение реестра владельцев ценных бумаг;

❖ деятельность по организации торговли на рынке ценных бумаг.

Брокерская деятельность. Брокерской деятельностью, выполняемой профессиональным участником рынка ценных бумаг (брокером), признается совершение гражданско-правовых сделок с ценными бумагами от имени и за счет клиента (в том числе эмитента эмиссионных ценных бумаг при их размещении) или от своего имени и за счет клиента на основании возмездных договоров с клиентом.

Брокер должен выполнять поручения клиентов добросовестно и в порядке их поступления. Сделки, осуществляемые по поручению клиентов, *подлежат приоритетному исполнению* по сравнению с дилерскими операциями самого брокера (при совмещении им деятельности брокера и дилера). В случае, если конфликт интересов брокера и его клиента, о котором клиент не был уведомлен до получения брокером соответствующего поручения, привел к причинению клиенту убытков, *брокер обязан возместить их* в порядке, установленном гражданским законодательством Российской Федерации.

Денежные средства клиентов, переданные ими брокеру для инвестирования в ценные бумаги, а также денежные средства, полученные по сделкам, совершенным брокером на основании договоров с клиентами, должны находиться на отдельном банковском счете (счетах), открываемом брокером в кредитной организации (специальный брокерский счет). Брокер обязан вести учет денежных средств каждого клиента, находящихся на специальном брокерском счете (счетах), и отчитываться перед клиентом. На денежные средства клиентов, находящиеся на специальном брокерском счете (счетах), не может быть обращено взыскание по обязательствам брокера. Брокер не вправе зачислять собственные денежные средства на специальный брокерский счет (счета), за исключением случаев их возврата клиенту и (или) предоставления займа клиенту в порядке, установленном Законом «О рынке ценных бумаг».

Брокер вправе использовать в своих интересах денежные средства, находящиеся на специальном брокерском счете (счетах), если это предусмотрено договором о брокерском обслуживании, гарантируя клиенту исполнение его поручений за счет указанных денежных средств или их возврат по требованию клиента. Денежные средства клиентов, предоставивших право их использования брокеру в

его интересах, должны находиться на специальном брокерском счете (счетах), отдельно от специального брокерского счета (счетов), на **котором** находятся денежные средства клиентов, не предоставивших брокеру такого права. Денежные средства клиентов, предоставивших брокеру право их использования, могут зачисляться брокером на его собственный банковский счет.

Брокер может предоставить клиенту в заем денежные средства и (или) ценные бумаги для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг (*маржинальных сделок*) при условии предоставления клиентом соответствующего обеспечения.

В качестве обеспечения обязательств клиента по предоставленным брокером займам могут приниматься только ликвидные ценные бумаги, включенные в котировальный список организаторов торговли на рынке ценных бумаг. Критерии ликвидности указанных ценных бумаг, минимальный размер скидки, порядок определения рыночной стоимости ценных бумаг, принимаемых брокером в качестве обеспечения, порядок и условия их **переоценки**, а также требования к срокам, порядку и условиям реализации ценных бумаг, выступающих обеспечением обязательств клиента по предоставленным брокером займам, устанавливаются нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Дилерская деятельность. Дилерской деятельностью признается совершение профессиональным участником рынка ценных бумаг (дилером) сделок **купли-продажи** ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и (или) продажи определенных ценных бумаг с обязательством покупки и (или) продажи этих ценных бумаг по объявленным ценам.

Дилером может быть *только юридическое лицо*, являющееся коммерческой организацией.

Кроме цены дилер имеет право объявить иные существенные условия договора купли-продажи ценных бумаг: минимальное и максимальное количество покупаемых и (или) продаваемых ценных бумаг, а также срок, в течение которого действуют объявленные цены. При отсутствии в объявлении указания на иные существенные условия дилер обязан заключить договор на существенных условиях, предложенных его клиентом. В случае уклонения дилера от заключения договора к нему может быть предъявлен

иск о принудительном заключении такого договора и (или) о возмещении причиненных клиенту убытков.

Условием оказания брокером и (или) дилером услуг по подготовке проспекта ценных бумаг является его соответствие установленным нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг требованиям к *размеру собственного капитала и квалификационным требованиям к сотрудникам (работникам)*.

Деятельность по управлению ценными бумагами.

Под деятельностью по управлению ценными бумагами законом признается *осуществление юридическим лицом* (управляющим) от своего имени за вознаграждение в течение определенного срока *доверительного управления* переданными ему во владение и принадлежащими другому лицу:

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

Такое управление должно осуществляться в интересах клиента. Если доверительное управление связано только с осуществлением управляющим прав по ценным бумагам, лицензии на осуществление деятельности по управлению ценными бумагами не требуется.

В случае, если *конфликт интересов* управляющего и его клиента или разных клиентов одного управляющего, о котором все стороны *не были уведомлены заранее*, привел к действиям управляющего, нанесшим ущерб интересам клиента, *управляющий обязан за свой счет возместить убытки* в порядке, установленном гражданским законодательством.

Клиринговая деятельность. Клиринговая деятельность — это *деятельность по определению взаимных обязательств* (сбор, сверка, корректировка информации по сделкам с ценными бумагами и подготовка бухгалтерских документов по ним) *и их зачету по поставкам ценных бумаг и расчетам по ним*.

Организации, осуществляющие клиринг по ценным бумагам, в связи с расчетами по операциям с ценными бумагами принимают к исполнению подготовленные при определении взаимных обязательств бухгалтерские документы на основании их договоров с участниками рынка ценных бумаг, для которых производятся расчеты.

Клиринговая организация обязана формировать специальные фонды для снижения рисков неисполнения сделок с ценными бумагами. Минимальный размер специальных фондов устанавливается федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг по согласованию с Центральным банком РФ.

Депозитарная деятельность. Депозитарной деятельностью закон признает оказание со стороны профессионального участника рынка ценных бумаг — *депозитария* (юридическое лицо) — услуг депоненту по хранению сертификатов ценных бумаг и (или) учету и переходу прав на ценные бумаги.

Депозитарный договор (договор о счете депо) между депозитарием и депонентом заключается в письменной форме. Его неотъемлемой составной частью являются утвержденные депозитарием условия осуществления им депозитарной деятельности.

Заключение депозитарного договора *не влечет за собой переход к депозитарию права собственности* на ценные бумаги депонента. Депозитарий *не имеет права распоряжаться* ценными бумагами депонента, *управлять ими* или *осуществлять от имени депонента любые действия* с ценными бумагами, кроме как *по поручению депонента* в случаях, предусмотренных депозитарным договором. Депозитарий не имеет права обуславливать заключение депозитарного договора с депонентом отказом последнего хотя бы от одного из прав, закрепленных ценными бумагами. Депозитарий несет гражданско-правовую ответственность за сохранность депонированных у него сертификатов ценных бумаг.

На ценные бумаги депонентов не может быть обращено взыскание по обязательствам депозитария.

Существенные условия депозитарного договора:

❖ однозначное определение предмета договора: предоставление услуг по хранению сертификатов ценных бумаг и/или учету прав на ценные бумаги;

❖ порядок передачи депонентом депозитарию информации о распоряжении депонированными в депозитарии ценными бумагами депонента;

❖ срок действия договора;

❖ размер и порядок оплаты услуг депозитария, предусмотренных договором;

❖ форму и периодичность отчетности депозитария перед депонентом;

↙ обязанности депозитария,

В *обязанности депозитария* входят:

↙ регистрация фактов обременения ценных бумаг депонента обязательствами;

☼ ведение отдельного от других счета депо депонента с указанием даты и основания каждой операции по счету;

↙ передача депоненту всей информации о ценных бумагах, полученной депозитарием от эмитента или держателя реестра владельцев ценных бумаг.

Депозитарий имеет право:

↙ на основании соглашений с другими депозитариями привлекать их к исполнению своих обязанностей по хранению сертификатов ценных бумаг и (или) учету прав на ценные бумаги депонентов (то есть становиться депонентом другого депозитария или принимать в качестве депонента другой депозитарий), если это прямо не запрещено депозитарным договором. Если депонентом одного депозитария является другой депозитарий, то депозитарный договор между ними должен предусматривать процедуру получения в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, информации о владельцах ценных бумаг, учет которых ведется в депозитарии-депоненте, а также в его депозитариях-депонентах;

↙ *регистрироваться* в системе ведения реестра владельцев ценных бумаг или у другого депозитария в *качестве номинального держателя* ценных бумаг в соответствии с депозитарным договором;

↙ на поступление в соответствии с депозитарным договором на свой счет доходов по ценным бумагам, хранящимся с целью перечисления на счета депонентов.

Ведение реестра владельцев ценных бумаг. Деятельностью по ведению реестра владельцев ценных бумаг закон признает *сбор, фиксацию, обработку, хранение и предоставление данных, составляющих систему ведения реестра владельцев ценных бумаг*. Эта деятельность может осуществляться только юридическими лицами, именуемыми *держателями реестра (регистраторами)*.

Не допускается совмещение деятельности по ведению реестра с другими видами профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг.

Регистратор не вправе осуществлять сделки с ценными бумагами зарегистрированного в системе ведения реестра владельцев ценных бумаг эмитента.

Система ведения реестра владельцев ценных бумаг должна обеспечивать:

✧ идентификацию зарегистрированных в ней номинальных держателей и владельцев ценных бумаг;

✧ учет их прав в отношении ценных бумаг, зарегистрированных на их имя, позволяющий получать и направлять информацию указанным лицам и составлять реестр владельцев ценных бумаг;

✧ сбор и хранение в течение установленных законодательством Российской Федерации сроков информации о всех фактах и документах, влекущих необходимость внесения изменений в систему ведения реестра, и о всех действиях держателя реестра по внесению этих изменений.

Для ценных бумаг на предъявителя система ведения реестра владельцев ценных бумаг не ведется.

Держателем реестра может быть эмитент (если число владельцев ценных бумаг не превышает 500) или профессиональный участник рынка ценных бумаг, осуществляющий деятельность по ведению реестра на основании поручения эмитента.

Регистратор имеет право делегировать часть своих функций по сбору информации, входящей в систему ведения реестра, другим регистраторам. Передоверие функций не освобождает регистратора от ответственности перед эмитентом.

Договор на ведение реестра заключается только с одним юридическим лицом. Регистратор может вести реестры владельцев ценных бумаг неограниченного числа эмитентов.

Владелец ценных бумаг может быть представлен в системе ведения реестра *номинальным держателем*. Им могут быть профессиональные участники рынка ценных бумаг: депозитарий (по депозитарному договору), брокер (по договору обслуживания клиента), а также депонент депозитария, не являющийся владельцем этих ценных бумаг и зарегистрированный в системе ведения реестра в качестве номинального держателя.

Номинальный держатель ценных бумаг может осуществлять права, закрепленные ценной бумагой, только в случае получения соответствующего полномочия от владельца.

Внесение имени номинального держателя ценных бумаг в систему ведения реестра, а также перерегистрация ценных бумаг на имя номинального держателя не влекут за собой переход права собственности и (или) иного вещного

права на ценные бумаги к последнему. Ценные бумаги клиентов номинального держателя ценных бумаг не подлежат высканию в пользу кредиторов последнего.

Операции с ценными бумагами между владельцами ценных бумаг одного номинального держателя ценных бумаг не отражаются у держателя реестра или депозитария, клиентом которого он является.

Номинальный держатель в отношении именных ценных бумаг, держателем которых он является в интересах другого лица, обязан:

❖ совершать все необходимые действия, направленные на обеспечение получения этим лицом всех выплат, которые ему причитаются по этим ценным бумагам;

❖ осуществлять сделки и операции с ценными бумагами исключительно по поручению лица, в интересах которого он является номинальным держателем ценных бумаг, и в соответствии с договором, заключенным с этим лицом;

❖ осуществлять учет ценных бумаг, которые он держит в интересах других лиц, на отдельных забалансовых счетах и постоянно иметь на этих счетах достаточное количество ценных бумаг в целях удовлетворения требований лиц, в интересах которых он держит эти ценные бумаги.

Для осуществления владельцами прав, закрепленных ценными бумагами, номинальный держатель обязан по требованию регистратора предоставлять последнему список владельцев ценных бумаг, номинальным держателем которых он является.

Эмитент, поручивший ведение системы реестра регистратору, имеет право требовать у последнего предоставление реестра за соответствующее вознаграждение.

Лицу, допустившему *ненадлежащее ведение и составление реестра и нарушение форм отчетности* (эмитенту, регистратору, депозитарию, владельцу), может быть предъявлен *иск о возмещении ущерба {включая упущенную выгоду}*, возникшего из невозможности осуществить права, закрепленные ценными бумагами.

Держатель реестра обязан по требованию владельца или лица, действующего от его имени, а также номинального держателя ценных бумаг предоставить *выписку из системы ведения реестра* по его лицевому счету в течение пяти рабочих дней. Выписка должна содержать сведения о количестве ценных бумаг каждого выпуска, числящихся на

этом счете, о фактах их обременения обязательствами, а также другую информацию, относящуюся к этим ценным бумагам.

Права и обязанности держателя реестра, порядок осуществления деятельности по ведению реестра определяются действующим законодательством и *договором, заключенным между регистратором и эмитентом.*

В *обязанности держателя реестра* входит:

✧ открыть каждому владельцу, изъявившему желание быть зарегистрированным у держателя реестра, а также номинальному держателю ценных бумаг лицевой счет в системе ведения реестра на основании *уведомления об ус-тупке требования или распоряжения о передаче ценных бумаг*, а при размещении эмиссионных ценных бумаг — на основании *уведомления продавца ценных бумаг*;

✧ вносить в систему ведения реестра все необходимые изменения и дополнения;

✧ производить операции на лицевых счетах владельцев и номинальных держателей ценных бумаг только по их поручению;

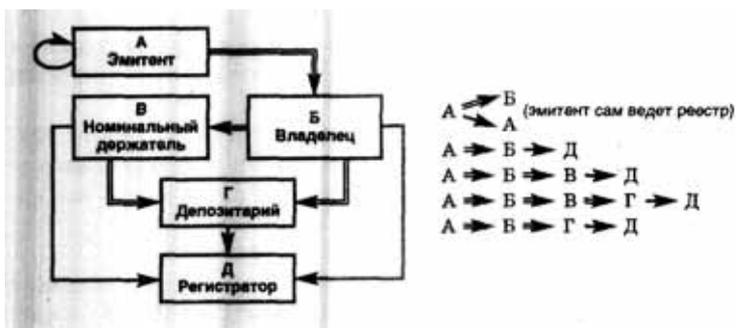
✧ доводить до зарегистрированных лиц информацию, предоставляемую эмитентом;

✧ предоставлять зарегистрированным в системе ведения реестра владельцам и номинальным держателям ценных бумаг, *владеющим более 1 процента голосующих акций эмитента, данные из реестра об имени (наименовании) зарегистрированных в реестре владельцев и о количестве, категории и номинальной стоимости принадлежащих им ценных бумаг*;

✧ информировать зарегистрированных в системе ведения реестра владельцев и номинальных держателей ценных бумаг о правах, закрепленных ценными бумагами, и о способах и порядке осуществления этих прав;

✧ строго соблюдать порядок передачи системы ведения реестра при расторжении договора с эмитентом.

В случае прекращения действия договора по поддержанию системы ведения реестра между эмитентом и регистратором последний передает другому держателю реестра, указанному эмитентом, информацию, полученную от эмитента, все данные и документы, составляющие систему ведения реестра, а также реестр, составленный на дату прекращения действия договора. Передача производится в день расторжения договора.



С х е м а 6.2. Возможные схемы регистрации в реестре владельцев **ценных** бумаг

- — движение сертификата ценных бумаг;
- — информация о владельце ценных бумаг.

Держатель реестра вносит изменения в систему ведения реестра на основании:

- ❖ распоряжения владельца о передаче ценных бумаг, или лица, действующего от его имени, или номинального держателя ценных бумаг;
- ❖ иных документов, подтверждающих переход права собственности на ценные бумаги в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации;
- ❖ предъявления сертификата ценных бумаг (при документарной форме ценных бумаг).

Варианты регистрации ценных бумаг показаны на *схеме 6.2.*

Организация торговли на рынке ценных бумаг.

Деятельностью по организации торговли на рынке ценных бумаг закон признает предоставление профессиональным участником рынка ценных бумаг (*организатором торговли*) услуг, *непосредственно способствующих заключению гражданско-правовых сделок с ценными бумагами между участниками рынка ценных бумаг.*

Организатор торговли на рынке ценных бумаг обязан *раскрыть следующую информацию* любому заинтересованному лицу:

- ❖ правила допуска участника рынка ценных бумаг к торгам;
- ❖ правила допуска к торгам ценных бумаг;
- ❖ правила заключения и сверки сделок;
- ❖ правила регистрации сделок;
- ❖ порядок исполнения сделок;

- ❖ правила, ограничивающие манипулирование ценами;
- ❖ расписание предоставления услуг организатором торговли на рынке ценных бумаг;
- ❖ регламент внесения изменений и дополнений в вышеперечисленные позиции;
- ❖ список ценных бумаг, допущенных к торгам.

О каждой сделке, заключенной в соответствии с установленными организатором торговли правилами, *любому заинтересованному лицу* предоставляется следующая информация:

- ❖ дата и время заключения **сделки**;
- ❖ наименование ценных бумаг, являющихся предметом сделки;
- ❖ государственный регистрационный номер ценных бумаг;
- ❖ цена одной ценной бумаги;
- ❖ количество ценных бумаг.

Раскрытие информации профессиональными участниками рынка ценных бумаг. Профессиональный участник, предлагающий инвестору услуги на рынке ценных бумаг, обязан осуществлять раскрытие информации о своих операциях с ценными бумагами в следующих случаях:

- ❖ профессиональный участник рынка ценных бумаг произвел в течение одного квартала операции с одним видом ценных бумаг одного эмитента, если количество ценных бумаг по этим операциям составило не менее 100 процентов от общего количества указанных **ценных** бумаг;
- ❖ профессиональный участник рынка ценных бумаг произвел разовую операцию с одним видом ценных бумаг одного эмитента, если количество ценных бумаг по этой операции составило не менее 15 процентов от общего количества указанных ценных бумаг.

Профессиональные участники рынка ценных бумаг раскрывают указанную информацию (содержащую наименование профессионального участника рынка ценных бумаг, вид и государственный регистрационный код ценных бумаг, наименование эмитента, цену одной ценной бумаги, количество ценных бумаг по соответствующим сделкам) не позднее пяти дней после окончания соответствующего квартала или после соответствующей разовой операции путем уведомления федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг или уполномоченного им органа.

§ 6.3.4. Фондовая биржа

Фондовой биржей в соответствии с законом признается *организатор торговли на рынке ценных бумаг*.

Юридическое лицо может осуществлять деятельность фондовой биржи, если оно является некоммерческим партнерством или акционерным обществом. В этом случае оно не вправе совмещать указанную деятельность с иными видами деятельности, за исключением деятельности валютной биржи, товарной биржи (деятельности по организации биржевой торговли), клиринговой деятельности, связанной с осуществлением клиринга по операциям с ценными бумагами и инвестиционными паями паевых инвестиционных фондов, деятельности по распространению информации, издательской деятельности, а также с осуществлением деятельности по сдаче имущества в аренду. В случае совмещения юридическим лицом деятельности валютной биржи и (или) товарной биржи и (или) клиринговой деятельности с деятельностью фондовой биржи для осуществления каждого из указанных видов деятельности должно быть создано отдельное структурное подразделение.

Членами фондовой биржи, являющейся некоммерческим партнерством могут быть только профессиональные участники рынка ценных бумаг. При этом порядок вступления в члены такой фондовой биржи, выхода и исключения из ее членов определяется фондовой биржей самостоятельно на основании ее внутренних документов.

Фондовые биржи, являющиеся некоммерческими партнерствами, могут быть преобразованы в акционерные общества. Решение о таком преобразовании принимается членами такой фондовой биржи большинством в три четверти голосов всех членов этой фондовой биржи.

Участниками торгов на фондовой бирже могут быть только брокеры, дилеры и управляющие. Иные лица могут совершать операции на фондовой бирже исключительно при посредничестве брокеров. Участниками торгов на фондовой бирже, созданной в форме некоммерческого партнерства, могут быть только члены такой биржи.

Неравноправное положение участников торгов на фондовой бирже, а также передача права на участие в торгах третьим лицам не допускаются.

К деятельности фондовой биржи предъявляются следующие требования:

1. Фондовая биржа обязана утвердить:

❖ правила допуска к участию в торгах на фондовой бирже;

❖ правила проведения торгов, которые должны содержать правила совершения и регистрации сделок, меры, направленные на предотвращение манипулирования ценами и использования служебной информации.

Фондовая биржа, оказывающая услуги, непосредственно способствующие совершению сделок с ценными бумагами, в том числе с инвестиционными паями паевых инвестиционных фондов, обязана также утвердить правила листинга (делистинга)* ценных бумаг и (или) правила допуска ценных бумаг к торгам без прохождения процедуры листинга, а фондовая биржа, оказывающая услуги, непосредственно способствующие совершению сделок, исполнение обязательств по которым зависит от изменения цен на ценные бумаги или от изменения значений фондовых индексов, в том числе сделок, предусматривающих исключительно обязанность сторон уплачивать денежные суммы в зависимости от изменения цен на ценные бумаги или значений фондовых индексов, обязана также утвердить соответствующие требованиям нормативных правовых актов федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг спецификации таких сделок.

2. Фондовая биржа должна осуществлять постоянный контроль за совершаемыми на бирже сделками в целях выявления случаев использования служебной информации и манипулирования ценами, а также за соблюдением участниками торгов и эмитентами, ценные бумаги которых включены в котировальные списки, требований законодательства РФ о ценных бумагах и нормативных правовых актов федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Участники торгов обязаны предоставлять фондовой бирже по ее требованию информацию, необходимую ей для осуществления контроля.

3. Фондовая биржа обязана обеспечивать гласность и публичность проводимых торгов путем оповещения участников торгов о месте и времени проведения торгов, списке и котировке ценных бумаг, допущенных к торгам на фон-

* *Листинг* — включение ценных бумаг в котировальный список. *Делистинг* — исключение ценных бумаг из котировального списка.

довой бирже, результатах торговых сессий, а также предоставлять другую информацию по организации торговли на рынке ценных бумаг.

4. Фондовая биржа вправе устанавливать размер и порядок взиманий с участников торгов взносов, сборов и других платежей за оказываемые ею услуги, а также размер и порядок взимания штрафов за нарушение установленных ею правил. Размер вознаграждения, взимаемого участниками торгов за совершение биржевых сделок, фондовая биржа устанавливать не вправе.

Листинг эмиссионных ценных бумаг осуществляется фондовой биржей на основании договора с эмитентом ценных бумаг, а листинг инвестиционных паев паевого инвестиционного фонда — на основании договора с управляющей компанией этого паевого инвестиционного фонда. В котировальные списки могут включаться только ценные бумаги, соответствующие требованиям законодательства РФ и нормативных правовых актов федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг. При этом фондовая биржа вправе устанавливать дополнительные требования к ценным бумагам, включаемым в котировальные списки. Следует отметить, что ценные бумаги могут быть допущены к торгам на фондовой бирже без прохождения процедуры листинга.

Споры между участниками торгов на фондовой бирже, участниками торгов и их клиентами рассматриваются судом, арбитражным судом и третейским судом.

Предоставление информации инвестору профессиональным участником рынка ценных бумаг. Профессиональный участник, предлагающий инвестору услуги на рынке ценных бумаг, обязан по требованию инвестора предоставить ему следующие документы и информацию:

- ✦ копию лицензии на осуществление профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг;
- ✦ копию документа о государственной регистрации профессионального участника в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя;
- ✦ сведения об органе выдавшем лицензию на осуществление профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг (его наименование, адрес и телефоны);
- ✦ сведения об уставном капитале, о размере собственных средств профессионального участника и его резервном фонде.

Помимо информации, состав которой определен федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ, профессиональный участник при приобретении у него ценных бумаг инвестором либо при приобретении им ценных бумаг по поручению инвестора обязан по требованию инвестора предоставить следующую информацию:

- ◆ сведения о государственной регистрации выпуска этих ценных бумаг и государственный регистрационный номер этого выпуска;

- ◆ сведения, содержащиеся в решении о выпуске этих ценных бумаг и проспекте ценных бумаг;

- ◆ сведения о ценах и котировках этих ценных бумаг на организованных рынках ценных бумаг в течение шести недель, предшествовавших дате предъявления инвестором требования о предоставлении информации, если эти ценные бумаги включены в листинг организаторов торговли, либо сведения об отсутствии этих ценных бумаг в листинге организаторов торговли;

- ◆ сведения о ценах, по которым эти ценные бумаги покупались и продавались этим профессиональным участником в течение шести предшествовавших недель, либо сведения о том, что такие операции не проводились;

- ◆ сведения об оценке этих ценных бумаг рейтинговым агентством.

Сведения о ценах и котировках предоставляются также при отчуждении ценных бумаг инвестором.

В любом случае инвестор должен быть уведомлен о его праве получить указанную выше информацию. Однако если инвестор не воспользовался этим правом и не потребовал предоставления информации, он *несет риск последствий непредъявления такого требования.*

Плата с инвестора за предоставление ему в письменной форме информации взимается в размере, не превышающем затраты на ее копирование.

Непредставление инвестору информации, предусмотренной Законом «О рынке ценных бумаг» и Законом «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг», предоставление недостоверной, неполной и (или) вводящей в заблуждение инвестора информации является *основанием для изменения или расторжения договора* между инвестором и профессиональным участником (эмитентом) по требованию инвестора.

Использование служебной информации. Лица, располагающие служебной информацией, *не имеют права использовать эту информацию для заключения сделок, а также передавать служебную информацию для совершения сделок третьим лицам.*

Служебной информацией Законом «О рынке ценных бумаг» признается любая не являющаяся общедоступной информация об эмитенте и выпущенных им эмиссионных ценных бумагах, которая ставит лиц, обладающих в силу своего служебного положения, трудовых обязанностей или договора, заключенного с эмитентом, такой информацией, в преимущественное положение по сравнению с другими субъектами рынка ценных бумаг. К лицам, располагающим служебной информацией, относятся:

- ▽ члены органов управления эмитента или профессионального участника рынка ценных бумаг, связанного с этим эмитентом договором;
- ◇ аудиторы эмитента или профессионального участника рынка ценных бумаг, связанного с этим эмитентом договором;
- ◇ служащие государственных органов, имеющие в силу контрольных, надзорных и иных полномочий доступ к указанной информации.

Информирование инвесторов федеральным органом исполнительной власти. В целях информирования инвесторов и предупреждения их о совершенных и возможных правонарушениях на рынке ценных бумаг федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг в своем официальном издании публикует информацию:

- ◇ об аннулировании или о приостановлении действия лицензий на осуществление профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг;
- ◇ о саморегулируемых организациях профессиональных участников;
- ◇ о наложенных им административных взысканиях;
- ▽ о судебных решениях, вынесенных по его искам.

Федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг обязан вести информационные базы данных, содержащие открытую и доступную для каждого заинтересованного лица информацию: о *санкциях*, примененных им в отношении лиц, совершивших правонарушения на **рынке ценных бумаг**; о *лицах, совершивших указанные*

правонарушения; о зарегистрированных выпусках ценных бумаг; о выданных им лицензиях.

Федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие *регистрацию* выпусков ценных **бумаг** и *лицензирование* деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг, обязаны вести информационные базы данных, содержащие открытую и доступную для каждого заинтересованного лица информацию:

❖ органы, осуществляющие регистрацию, — о зарегистрированных выпусках ценных бумаг, об аннулированных выпусках ценных бумаг и о выпусках ценных бумаг, размещение которых приостановлено;

❖ органы, осуществляющие лицензирование, — о всех выданных, приостановленных и аннулированных лицензиях.

Реклама на рынке ценных бумаг. Признается *недобросовестной* реклама:

❖ содержащая недостоверную информацию о деятельности профессионального участника рынка ценных бумаг, о видах и характеристиках ценных бумаг, предлагаемых к покупке или продаже либо другим сделкам с ними, условиях этих сделок и другую информацию, направленную на обман или введение в заблуждение владельцев и других участников рынка ценных бумаг;

▽ указывающая предполагаемый размер доходов по ценным бумагам и прогноз роста их курсовой стоимости;

▽ публикуемая в целях недобросовестной конкуренции путем указания на действительные либо мнимые недостатки профессиональных участников рынка ценных бумаг, занимающихся аналогичной деятельностью, или эмитентов, выпускающих аналогичные ценные бумаги;

❖ содержащая публичное гарантирование или доведение иным образом до сведения потенциальных владельцев данных о будущей доходности ценной бумаги, ее обеспеченности по сравнению с другими ценными бумагами или иными финансовыми инструментами, а также сообщение заведомо ложной или недостоверной информации, способной повлечь либо повлекшей заблуждение потенциальных владельцев относительно приобретаемых ценных бумаг.

Рекламодатель несет ответственность за ущерб, причиненный недобросовестной рекламой, в соответствии с законодательством Российской Федерации. При признании рекламы недобросовестной договоры рекламодателя с **рекламораспространителем** являются недействительными.

Подлежащая раскрытию общедоступная информация о ценных бумагах и эмитентах, а также информация, предоставляемая уполномоченным органам в связи с выполнением ими функций по регулированию рынка ценных бумаг, не является рекламой. Информация о выпуске эмитентом ценных бумаг и начисленных и (или) выплаченных дивидендах является рекламой.

Запрещается реклама эмиссионных ценных бумаг до даты государственной регистрации их выпусков в соответствии с законодательством Российской Федерации. Договоры на рекламу незарегистрированных выпусков эмиссионных ценных бумаг являются недействительными.

Договор на рекламу эмиссионных ценных бумаг, выпуск которых признан несостоявшимся, прекращается с момента уведомления рекламодателя регистрирующим органом, признавшим выпуск эмиссионных ценных бумаг несостоявшимся.

§ 6.3.5. Государственное регулирование и саморегулирование рынка ценных бумаг

ако́н «О рынке ценных бумаг» предусматривает следующие меры государственного регулирования рынка ценных бумаг:

- ◆ установление обязательных требований к деятельности эмитентов, профессиональных участников рынка ценных бумаг и ее стандартов;
- ◆ государственную регистрацию выпусков (дополнительных выпусков) эмиссионных ценных бумаг и проспектов ценных бумаг, контроль за соблюдением эмитентами условий и обязательств, предусмотренных в них;
- ◆ лицензирование деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг;
- ◆ создание системы защиты прав владельцев и контроля за соблюдением их прав эмитентами и профессиональными участниками рынка ценных бумаг;
- ◆ запрещение и пресечение предпринимательской деятельности, осуществляемой на рынке ценных бумаг без соответствующей лицензии;
- ◆ установление представительными органами государственной власти и органами местного самоуправления предельного объема эмиссии ценных бумаг, эмитируемых органами власти соответствующего уровня.

Все виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг осуществляются на основании специального разрешения — лицензии, выдаваемой федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг или уполномоченными им органами на основании генеральной лицензии.

Кредитные организации осуществляют профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг в порядке, установленном Законом «О рынке ценных бумаг» для профессиональных участников рынка. Дополнительным основанием для отказа в выдаче кредитной организации лицензии на осуществление профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, ее приостановления или аннулирования является аннулирование или отзыв лицензии на осуществление банковских операций, выданной Банком России.

Деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг лицензируется тремя видами лицензий: лицензией профессионального участника рынка ценных бумаг, лицензией на осуществление деятельности по ведению реестра, лицензией фондовой биржи.

Федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг. Федеральным органом исполнительной власти по проведению государственной политики в области рынка ценных бумаг, контролю за деятельностью профессиональных участников рынка ценных бумаг и по определению стандартов эмиссии ценных бумаг является *федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг*, который для осуществления своих полномочий создает свои территориальные органы.

При федеральном органе исполнительной власти по рынку ценных бумаг создается консультативно-совещательный орган — *Экспертный совет*, в состав которого входят 25 членов: представители государственных органов и организаций, деятельность которых связана с регулированием финансового рынка и рынка ценных бумаг, профессиональных участников рынка ценных бумаг, саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг, их союзов, ассоциаций, иных общественных объединений и независимые эксперты.

Основные функции и полномочия федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг определены Законом «О рынке ценных бумаг». Федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг:

❖ осуществляет разработку основных направлений развития рынка ценных бумаг и координацию деятельности федеральных органов исполнительной власти по вопросам регулирования рынка ценных бумаг;

❖ утверждает стандарты эмиссии ценных бумаг, проспектов ценных бумаг эмитентов, в том числе иностранных, осуществляющих эмиссию ценных бумаг на территории Российской Федерации, и порядок государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг, отчетов об итогах выпуска (дополнительного выпуска) и проспектов ценных бумаг;

❖ разрабатывает и утверждает единые требования к правилам осуществления профессиональной деятельности с ценными бумагами;

❖ устанавливает обязательные требования к операциям с ценными бумагами, нормы допуска ценных бумаг к их публичному размещению, обращению, котированию и листингу, расчетно-депозитарной деятельности. Правила ведения учета и составления отчетности эмитентами и профессиональными участниками рынка ценных бумаг устанавливаются федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг совместно с Министерством финансов РФ;

❖ устанавливает обязательные требования к порядку ведения реестра;

❖ устанавливает порядок и осуществляет лицензирование различных видов профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, а также приостанавливает или аннулирует указанные лицензии в случае нарушения требований законодательства РФ о ценных бумагах;

❖ выдает генеральные лицензии на осуществление деятельности по лицензированию деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг, а также приостанавливает или аннулирует указанные лицензии. Аннулирование генеральной лицензии, выданной уполномоченному органу, не влечет аннулирования лицензий, выданных им профессиональным участникам рынка ценных бумаг;

❖ устанавливает порядок, осуществляет лицензирование и ведет реестр саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг и аннулирует указанные лицензии при нарушении требований законодательства РФ о ценных бумагах, а также стандартов и требований, утвержденных федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг;

✧ определяет стандарты деятельности инвестиционных, негосударственных пенсионных, страховых фондов и их управляющих компаний, а также страховых компаний на рынке ценных бумаг;

✧ осуществляет контроль за соблюдением эмитентами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, саморегулируемыми организациями профессиональных участников рынка ценных бумаг требований законодательства РФ о ценных бумагах, стандартов и требований, утвержденных федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг;

✧ в целях противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, контролирует порядок проведения операций с денежными средствами или иным имуществом, совершаемых профессиональными участниками рынка ценных бумаг;

✧ обеспечивает создание общедоступной системы раскрытия информации на рынке ценных бумаг;

✧ утверждает квалификационные требования, предъявляемые к руководителям и сотрудникам (работникам) профессиональных участников рынка ценных бумаг, осуществляет их аттестацию в форме приема квалификационного экзамена и выдачи квалификационного аттестата, определяет порядок проведения аттестации, перечень документов, подаваемых вместе с заявлением о допуске к аттестации, количество и типы аттестатов, программы квалификационных экзаменов и порядок их сдачи;

✧ разрабатывает проекты законодательных и иных нормативных актов, связанных с вопросами регулирования рынка ценных бумаг, лицензирования деятельности его профессиональных участников, саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг, контроля за соблюдением законодательных и нормативных актов о ценных бумагах, проводит их экспертизу;

✧ выполняет другие функции, установленные законом.

Федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг *обязан*:

✧ обеспечивать конфиденциальность предоставляемой ему информации, за исключением информации, раскрываемой в соответствии с законодательством РФ о ценных бумагах;

✧ при направлении эмитентам, профессиональным участникам рынка ценных бумаг и саморегулируемым организациям профессиональных участников рынка запросов о

предоставлении информации мотивированно обосновывать необходимость получения запрашиваемой информации;

◆ осуществлять регистрацию документов профессиональных участников рынка ценных бумаг и саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг, подлежащих регистрации в соответствии с Законом «О рынке ценных бумаг» не позднее чем через 30 дней с даты получения соответствующих документов или предоставлять в указанный срок мотивированный отказ в регистрации, если иные сроки для регистрации не установлены законом;

◆ предоставлять в течение 30 дней мотивированные ответы на запросы юридических лиц и граждан по вопросам, относящимся к компетенции федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Экспертный совет при федеральном органе исполнительной власти по рынку ценных бумаг осуществляет:

◆ подготовку и предварительное рассмотрение вопросов, связанных с исполнением полномочий федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг;

◆ разработку предложений по основным направлениям регулирования рынка ценных бумаг;

◆ предварительное рассмотрение проектов постановлений, принимаемых федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг, и их публикацию по требованию любого члена Экспертного совета.

Экспертный совет *вправе* большинством голосов его членов приостановить на срок до шести месяцев введение в действие постановлений федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Саморегулируемые организации профессиональных участников рынка ценных бумаг (СРО) — это добровольные объединения профессиональных участников рынка ценных бумаг (некоммерческие организации), действующие в соответствии с Законом «О рынке ценных бумаг» и Законом «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг». СРО учреждаются профессиональными участниками рынка ценных бумаг для обеспечения условий профессиональной деятельности участников рынка; соблюдения стандартов профессиональной этики на рынке ценных бумаг; защиты интересов владельцев ценных бумаг и иных клиентов профессиональных участников рынка, являющихся членами СРО; установления правил и стандартов

проведения операций с ценными бумагами, обеспечивающих эффективную деятельность на рынке ценных бумаг.

Саморегулируемая организация вправе:

✧ получать информацию по результатам проверок деятельности своих членов, осуществляемых в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг;

✧ разрабатывать в соответствии с законом *правила и стандарты* осуществления профессиональной деятельности и операций с ценными бумагами своими членами и осуществлять контроль за их соблюдением;

✧ *контролировать соблюдение* своими членами принятых саморегулируемой организацией *правил и стандартов* осуществления профессиональной деятельности и операций с ценными бумагами;

✧ в соответствии с квалификационными требованиями федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг разрабатывать учебные программы и планы, проводить подготовку должностных лиц и персонала организаций, осуществляющих профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг, определять квалификацию указанных лиц и выдавать им квалификационные аттестаты.

Саморегулируемые организации осуществляют контроль за исполнением своими членами законодательства о защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг.

Инвесторы могут подать жалобу (заявление) в саморегулируемую организацию на действия ее членов. СРО по итогам рассмотрения жалобы (заявления) инвестора вправе:

✧ применить к нарушителю санкции, установленные правилами и стандартами деятельности этой организации;

✧ рекомендовать своему участнику возместить инвестору причиненный ущерб во внесудебном порядке;

✧ исключить профессионального участника из числа своих участников и обратиться в федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг с заявлением о принятии мер по аннулированию или приостановлению действия лицензии указанного профессионального участника на осуществление профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг;

✧ направить материалы по жалобе и заявлению в правоохранительные и иные **федеральные** органы исполнительной власти в соответствии с их компетенцией для рассмотрения.

§ 6.4. ОСОБЫЕ МЕРЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ И ЗАКОННЫХ ИНТЕРЕСОВ ИНВЕСТОРОВ НА РЫНКЕ ЭМИССИОННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ

еры защиты прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг предусмотрены Законом «Об акционерных обществах» и Законом «О рынке ценных бумаг» (права акционеров, размещение ценных бумаг, требования к совершению крупных сделок, требования к проспекту ценных бумаг, требования к деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг, система ведения реестра, раскрытие информации о рынке ценных бумаг и др.). Более полно эта проблема решается Федеральным законом РФ «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг», которым предусмотрен ряд особых мер защиты.

Целями указанного Закона является *обеспечение государственной и общественной защиты* прав и законных интересов физических и юридических лиц, объектом инвестирования которых являются эмиссионные ценные бумаги, а также определение порядка *выплаты компенсаций* и предоставления иных форм возмещения ущерба инвесторам — физическим лицам, причиненного *противоправными действиями эмитентов и других участников рынка* ценных бумаг.

Законом устанавливаются:

- ◆ условия предоставления профессиональными участниками услуг инвесторам, *не являющимся профессиональными участниками;*
- ◆ дополнительные требования к *профессиональным участникам, предоставляющим услуги* инвесторам на рынке ценных бумаг;
- ◆ дополнительные условия размещения эмиссионных ценных бумаг *среди неограниченного круга инвесторов;*
- ◆ дополнительные меры по защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг и ответственность эмитентов и иных лиц за нарушение этих прав и интересов.

Вводятся следующие ограничения.

1. Запрещается рекламировать и (или) предлагать неограниченному кругу лиц ценные бумаги эмитентов, не раскрывающих информацию о ценных бумагах в объеме и порядке, предусмотренных законодательством.

2. Условия заключаемых с инвесторами договоров, которые ограничивают права инвесторов по сравнению с правами, предусмотренными законодательством, признаются **ничтожными**.

Нарушение требований, указанных в п. 1 и п. 2, профессиональным участником рынка ценных бумаг является основанием для аннулирования или приостановления действия его лицензии и (или) наложения штрафа.

3. Запрещаются публичное размещение, реклама и предложение в любой иной форме неограниченному кругу лиц ценных бумаг, выпуск которых не прошел государственную регистрацию, ценных бумаг, размещение которых запрещено, а также документов, удостоверяющих денежные и иные обязательства, но не являющихся ценными бумагами в соответствии с законодательством РФ.

В чем значение этой нормы запрещения размещения ценных бумаг до регистрации их выпуска? Согласно Закону «О рынке ценных бумаг», если в ходе государственной регистрации выпуска эмиссионных ценных бумаг выявляются нарушения, выпуск может быть признан несостоявшимся, хотя бумаги уже обращаются на рынке. При этом покупатели на вторичном рынке рисковали потерять купленное. Введение запрета на размещение ценных бумаг до проведения государственной регистрации выпуска устраняет эту опасность для инвестора.

4. Запрещается совершение владельцем ценных бумаг любых сделок с принадлежащими ему ценными бумагами до их полной оплаты и регистрации отчета об итогах их выпуска. В соответствии с Законом «Об акционерных обществах», не менее 50% акций общества, распределенных при учреждении, должно быть оплачено в **течение** трех месяцев с момента государственной регистрации общества. Остальная часть стоимости оплачивается в срок не более одного года.

5. Эмиссия облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг некоммерческими организациями допускается только при наличии обеспечения в случаях, предусмотренных законодательством. Эта норма закона призвана гарантировать инвесторов от потери их вкладов.

Повышение ответственности эмитента, независимого оценщика и аудитора. Лица, подписавшие проспект ценных бумаг, несут солидарно субсидиарную ответственность за ущерб, причиненный эмитентом инвестору вследствие содержащейся в указанном проспекте недоосто-

верной и (или) вводящей в заблуждение инвестора информации. Независимый оценщик и аудитор, подписавшие проспект и подтвердившие таким образом недостоверную и (или) вводящую в заблуждение инвестора информацию, несут солидарно с эмитентом субсидиарную ответственность за причиненный инвестору ущерб. Иск о возмещении ущерба может быть предъявлен в суд в течение одного года со дня обнаружения нарушения, но не позднее трех лет со дня начала размещения ценных бумаг.

Проведение публичных слушаний. Законом установлено проведение федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг и другими федеральными органами исполнительной власти, регулирующими деятельность на рынке ценных бумаг, публичных слушаний *по вопросам исполнения и совершенствования законодательства о ценных бумагах*. На этих слушаниях вырабатываются рекомендации, направленные на совершенствование законодательства и деятельности по регулированию рынка ценных бумаг, а также предложения по устранению правонарушений на этом рынке.

Предписания федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг. По вопросам регулирования рынка ценных бумаг федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг выносит предписания, обязательные для исполнения коммерческими и некоммерческими организациями и их должностными лицами, индивидуальными предпринимателями и физическими лицами.

В случае выявления нарушения прав и законных интересов инвесторов профессиональным участником или наличия угрозы их нарушения федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг вправе своим предписанием запретить или ограничить проведение профессиональным участником отдельных операций на рынке ценных бумаг на срок до шести месяцев.

Административная ответственность за нарушения в области рынка ценных бумаг. Статьями 15.17 15.24 Кодекса РФ об административных правонарушениях устанавливается административная ответственность за правонарушения в области рынка ценных бумаг.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг, распределяются следующим образом:

❖ 20 процентов — в федеральный бюджет;

❖ 40 процентов — в бюджет субъекта Российской Федерации по месту нахождения регионального отделения федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг, принявшего решение о наложении штрафа либо составившего протокол об административном правонарушении в случае, если решение о наложении штрафа принято судом;

❖ 40 процентов — в бюджет субъекта Российской Федерации по месту совершения правонарушения.

Защита прав и интересов инвесторов в судебном порядке. Федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг вправе при рассмотрении в суде споров и заявлений инвесторов вступить в процесс по своей инициативе для дачи заключения по делу в целях осуществления возложенных на нее обязанностей и **для** защиты прав инвесторов — физических лиц и интересов государства.

Федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг вправе также обращаться в суд с исками и заявлениями:

❖ в защиту государственных и общественных интересов и охраняемых законом интересов инвесторов;

❖ о ликвидации юридических лиц или прекращении деятельности индивидуальных предпринимателей, осуществляющих профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг без лицензии, об аннулировании выпуска ценных бумаг, о признании сделок с ценными бумагами недействительными, а также в иных случаях, установленных законодательством.

Срок исковой давности по делам о признании выпуска ценных бумаг недействительным — один год с даты начала размещения ценных бумаг.

Компенсационные фонды. В целях возмещения понесенного *инвесторами* — *физическими лицами* ущерба в случаях, предусмотренных правовыми актами Российской Федерации, создаются *компенсационные фонды*:

❖ саморегулируемых организаций;

❖ общественных объединений инвесторов-физических лиц;

❖ Федеральный компенсационный фонд.

Компенсационный фонд саморегулируемой организации создается в целях возмещения понесенного инвесторами — физическими лицами ущерба в результате деятельности

профессиональных участников (членов) саморегулируемой организации.

Компенсационный фонд общественного объединения создается в целях возмещения понесенного ущерба инвесторами — физическими лицами — участниками объединения.

Федеральный компенсационный фонд создается в целях реализации Государственной программы защиты прав инвесторов в части **выплаты** компенсаций инвесторам — физическим лицам. Это некоммерческая организация, целями деятельности которой являются:

◆ выплаты компенсаций инвесторам — физическим лицам;

◆ формирование информационных баз данных и ведение реестра инвесторов — физических лиц, имеющих право на получение указанных компенсаций;

◆ представление и защита имущественных интересов обратившихся в фонд инвесторов — физических лиц в суде и в ходе исполнительного производства, предъявление исков о защите прав и законных интересов неопределенного круга инвесторов — физических лиц;

◆ хранение имущества, предназначенного для удовлетворения имущественных прав инвесторов — физических лиц, и участие в его реализации или обеспечение контроля в целях надлежащего хранения и реализации указанного имущества в ходе исполнительного производства.

Фонд осуществляет выплаты компенсаций инвесторам — физическим лицам, которые не могут получить возмещение по судебным решениям и приказам ввиду отсутствия у должника денежных средств и иного имущества.

Право на получение компенсаций имеют инвесторы — физические лица в связи с причинением им ущерба профессиональным участником, *имеющим лицензию*.

Источниками формирования средств фонда являются средства федерального бюджета, а также иные источники, предусмотренные уставом фонда.

Общественные объединения инвесторов. Права и законные интересы инвесторов — физических лиц вправе защищать также общественные объединения инвесторов федерального, межрегионального и регионального уровней.

Эти объединения вправе:

◆ обращаться в суд с заявлениями о защите прав и законных интересов инвесторов — физических лиц, понесших ущерб на рынке ценных бумаг;

❖ осуществлять контроль за соблюдением условий хранения и реализации имущества должников, предназначенного для удовлетворения имущественных требований инвесторов — физических лиц в связи с противоправными действиями на рынке ценных бумаг;

❖ создавать указанные выше собственные компенсационные фонды;

❖ объединяться в ассоциации и союзы.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. *От каких факторов зависит активность предприятия на рынке ценных бумаг?*
2. *Каково экономическое содержание ценной бумаги?*
3. *Приведите рыночные характеристики ценных бумаг.*
4. *Каков порядок владения ценной бумагой?*
5. *Какими признаками характеризуется эмиссионная ценная бумага? Какие виды ценных бумаг законодательство РФ относит к эмиссионным?*
6. *Приведите классификацию ценных бумаг и дайте определение каждого вида ценных бумаг.*
7. *Что такое производные инструменты рынка ценных бумаг? Каковы их особенности?*
8. *Охарактеризуйте процедуру и этапы эмиссии ценных бумаг. Что должен содержать проспект эмиссии ценных бумаг? Какая информация подлежит раскрытию? Каковы требования к размещению ценных бумаг?*
9. *Каковы основные функции рынка ценных бумаг?*
10. *Кто является участниками рынка ценных бумаг? Какая деятельность на рынке ценных бумаг относится к профессиональной деятельности? Дайте краткую характеристику профессиональной деятельности.*
11. *Какую информацию должен предоставить профессиональный участник, предлагающий инвестору свои услуги на рынке ценных бумаг?*
12. *Какие функции выполняет фондовая биржа? В чем суть процедуры листинга?*
13. *В чем состоят особые меры защиты прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг?*

ЛИТЕРАТУРА

Баскакова М. А. *Толковый юридический словарь бизнесмена* (русско-английский, англо-русский) — 6-е изд., **перераб.** и доп. — М.: Финансы и статистика, 1994.

Бублик В. *Договор международной купли-продажи. Как избежать ошибок при оформлении.* // Хозяйство и право. №№ 2—4, 1999.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Основы. Учебник для вузов. / Под ред. Л. Е. Стравского. — М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1996.

Дойников И. В. *Предпринимательское (хозяйственное) право.* Учебное пособие. — М.: Нолидж, Брандес, 1998.

Заводов Б. Д. *Договорное право России.* — М.: ИПК «Лига Разум», 1998.

Козырин А. *Комментарий Федерального закона «О государственном регулировании внешнеэкономической деятельности».* // Хозяйство и право. №№ 1-4, 6, 7, 1998.

Комментарий части первой Гражданского кодекса Российской Федерации для предпринимателей. / Ред. В. Кузнецов, Т. Брагинская. — М.: Фонд «Правовая культура», 1995.

Комментарий части второй Гражданского кодекса Российской Федерации для предпринимателей. / Ред. Т. Брагинская, В. Кузнецов, Л. Синюхина. — М.: Фонд «Правовая культура», 1996.

Круглое М. И. *Стратегическое управление компанией.* Учебник для вузов. — М.: Русская Деловая Литература, 1998.

Круглова Н. Ю. *Коммерческое право.* Учебник для вузов. — М.: Издательство РДЛ, 2001.

Круглова Н. Ю. *Хозяйственное право.* Учебное пособие. 2-е изд. — М.: Издательство РДЛ, 2000.

Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А. Г. Грязновой. — М.: Финансы и статистика, 2000.

Прилуцкий Л. Н. *Лизинг. Правовые основы лизинговой деятельности в Российской Федерации.* — М.: Ось-89, 1996.

Рынок ценных бумаг. Учебник для вузов. / Под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова — М.: Финансы и статистика, 1999.

Таможенное право. Учебник для вузов. / Отв. ред. Б. Н. Габричидзе — М.: БЕК, 1995.

Хоскинг А. *Курс предпринимательства.* Пер. с англ. — М.: Международные отношения, 1993.

Энциклопедия рынка. Многотомный пятиязычный словарь-справочник. Термины — эквиваленты — дефиниции — регистры. / Ред. **колл.** Б. Г. Дякин, Ф. Ф. Стерликов, Н. Г. Тулукова:

Том 2. *Биржи.* — М.: РОСБИ, 1995.

Том 3. *Глобальный бизнес.* — М.: РОСБИ, 1996.

ВЫШЛИ В СВЕТ В ИЗДАТЕЛЬСТВЕ РДЛ:

Круглова Н. Ю. Коммерческое право. Учебник для вузов. 2-е изд., доп. — 720 с.

Допущено Министерством образования Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 351300 «Коммерция (торговое дело)»

Излагаются основы правового регулирования коммерческой деятельности субъектов хозяйствования. Рассматривается система современного бизнеса как коммерческой деятельности, непосредственно направленной на получение прибыли. Большое внимание уделяется договорному режиму коммерческой деятельности, а также реализации товаров и торговому обороту производственных активов предприятия. Сопоставляется традиционная и новая системы взаимоотношений предприятий с поставщиками. Рассматриваются правоотношения, складывающиеся в различных ситуациях между покупателем и продавцом (в том числе в случае продажи товара ненадлежащего качества), по оплате товара, его страхованию и сохранению прав собственности, а также правоотношения, касающиеся различных условий поставки. Показаны правовые и организационно-экономические особенности финансовой аренды (лизинга). Охарактеризованы факторы конкуренции и параметры состояния конкурентной среды на товарном рынке и даются примеры проведения анализа и оценки ее состояния. Особое внимание уделяется правовым основам внешнеторговой деятельности.

Текстовый материал сопровождается поясняющими таблицами, рисунками, схемами.

Для студентов, обучающихся по' экономико-правовым и экономическим специальностям, аспирантов и преподавателей вузов. Книга будет полезна предпринимателям, руководителям предприятий, менеджерам и функциональным специалистам.

По вопросам приобретения книг обращаться по адресу:
119991, ГСП-1, Москва, ул. Вавилова, д. 30/6, оф. 12а
Тел./факс: (095) 135-98-93. E-mail: rdl@rinet.ru

Круглова Наталья Юрьевна

ОСНОВЫ БИЗНЕСА

Учебник для вузов

Лицензия ИД № 00834 от 25 января 2000 г.

Сдано в набор 6.09.2004. Подписано в печать 25.10.2004.

Формат 84x108 ¹/₃₂. Усл. п. л. 29,72.

Гарнитура «Школьная». Печать офсетная. Тираж 2000 экз.

Заказ № 2178.

Оригинал-макет подготовлен с использованием редакционно-издательского комплекса на базе ПЭВМ «Макинтош».

Начальник редакции *В. М. Дубильт*.

ООО «Издательство РДЛ».

117334, Москва, ул. Вавилова, д. 30/б.

Тел.: (095) 135-98-93. E-mail: rdl@rinet.ru

Отпечатано с готовых пленок

в ОАО "Чебоксарская типография № 1"
428019, г. Чебоксары, пр. И. Яковлева, 15.

ISBN 5-93840-067-8

9 785938 400672