Теория фирмы: сущность, организация, неполный контракт

*Реферат. 2002 год.*

Содержание

Теория фирмы: сущность, организация, неполный контракт. 1

Понятие «фирма» 2

- Целевые установки фирмы 2

- Система ценностей фирмы 2

Понятие «организация фирмы» 3

Общая характеристика фирмы 4

- Ресурсы 4

- Зависимость от внешней среды 4

- Горизонтальное разделение труда 5

- Подразделения 5

- Вертикальное разделение труда 6

- Необходимость управления 6

- Издержки производства 6

- Прибыль 8

Фирма как неполный контракт 9

Арбитраж (третейский суд) 10

Власть 11

Репутация 11

Двойное снабжение 12

Модели неполных контрактов: трансакционный и оптимизационный (неоклассический) подходы 12

Организационные формы фирм 13

1. Частный предприниматель 13

2. Корпорация 14

3. Малое предприятие 15

4. Акционерное общество 16

5. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) 16

6. Совместное предприятие 17

7. Кооперативы 18

- Рабочие кооперативы 18

- Потребительские кооперативы 18

Список использованной литературы 19

# Понятие «фирма»

Фирма - это организация, ведущая бизнес под определенным именем. Фирма контролирует использование земли, трудовых ресурсов и капитала. Она сама принимает решение относительно дизайна, способа производства и продажи продукции. Фирму следует отличать от производственной единицы, например фабрики, фермы или шахты, так как она представляет собой единицу управления. Одна фирма может иметь, либо контролировать несколько производственных единиц.

Фирмы бывают разного размера - один частный предприниматель или корпорация, с многотысячным штатом сотрудников.

### - Целевые установки фирмы

Получение максимальной прибыли - это конечная цель любой коммерческой деятельности. Эта цель достигается через определения и реализацию набора целевых установок как тактического, так и стратегического порядка. Ими являются:

* увеличение объема продаж;
* достижение более высоких темпов роста;
* увеличение доли рынка;
* увеличение прибыли по отношению к вложенному капиталу;
* увеличение дохода на акцию компании (если это акционерная компания);
* увеличение рыночной стоимости акций (если это открытое акционерное общество);
* изменение структуры капитала.

Характер данных целевых установок предприятия определен состоянием экономики в целом, тенденциями развития конкретной отрасли, к которой относится деятельность фирмы, а также стадией цикла жизни самого предприятия.

Существует теория жизненных циклов предприятий, согласно которой выделяется три стадии этого цикла:

|  |  |
| --- | --- |
| Первая стадия: | Характеризуется активная экспансия, наращивание темпов роста. Накопление направлено на создание производственных мощностей и захват рынков. |
| Вторая стадия: | Рост курсов акций и прибыли, увеличения доходов собственников капитала. Главное место занимает борьба за удержание своей доли рынка, рост производственных мощностей, по сравнению с сокращением издержек, отходит на второй план. |
| Третья стадия: | Происходит снижение объемов продаж, а вместе с ним и сокращение прибыли, что стимулирует отток капитала из отрасли. На этой стадии единственной целью фирмы является выживание (сохранение жизнеспособности), то есть продолжение его операций в течение определенного периода времени, зачастую не столько ради достижения определенного уровня прибыли, сколько для минимизации убытков. |

### - Система ценностей фирмы

Создание ценностей есть основополагающая функция фирмы.

Процесс создания ценностей представляет собой удовлетворение групповых или индивидуальных потребностей, в результате чего предприятие добивается общественного признания своей деятельности. Процветающая фирма - это предприятие, получающее устойчивую прибыль от своей деятельности. Владельцы (либо акционеры) фирмы заинтересованы в постоянном и все возрастающем потоке доходов и таким использованием собственных и привлеченных средств, которое увеличивает ценность принадлежащей им собственности (дивиденды, акции). Персонал и поставщики заинтересованы в стабильности предприятия, долгосрочных с ним отношений, а также в благоприятной рабочей атмосфере. Для потребителей же высшую ценность представляют товары и услуги, удовлетворяющие их по качеству и цене.

Общественное признание, в свою очередь, дает фирме возможность расширять производство, наращивать объемы продаж и услуг, и в конечном итоге увеличивать свою прибыль.

Основным рабочим инструментом в реализации целевых функций фирмы является рыночная стратегия, в рамках которой реализуется конкурентные преимущества фирмы. В международной теории и практике бизнеса различают три основных вида рыночной стратегии фирмы.

Руководство фирмы должно серьезно проанализировать имеющиеся конкурентные преимущества и выбрать одну из стратегий поведения на рынке.

После того как рыночная стратегия проведена, следующим инструментом реализации целевой функции фирмы, обеспечивающим устойчивое получение прибыли, является планирование, направленное на достижение целей фирмы.

|  |  |
| --- | --- |
| 1-ый этап планирования | Анализ внешней среды, то есть политическая и экономическая ситуация в стране, анализ отрасли (темпы роста, цикличность, финансовые характеристики), анализ рынка (тактика продаж, реклама, цены), анализ спроса (изменяемость, длительность, устойчивость), анализ ресурсов (доступность, заменяемость, изменение цен, воздействие на окружающую среду). |
| 2-ой этап планирования | Оценка потенциальных возможностей фирмы. Это позволяет обеспечить баланс рыночных запросов с реальными возможностями самой фирмы, выработать обоснование производственной программы и поведение на рынке, обеспечение принятия грамотных решений. |
| 3-ий этап планирования | Выбор вариантов развития фирмы (составление бизнес-плана: описание товаров и услуг, производственный (организационный) план, маркетинговый и финансовый планы). |

# Понятие «организация фирмы»

Почему крохотная “Эппл” и гигантская “АйБиЭм” заработали сотни миллионов в компьютерном бизнесе, а другие, такие как “АрСиЭй”, потеряли свои состояния? Как “МакДональдсу” удается готовить миллиарды гамбургеров в год, дешево продавать их и получать при этом огромные прибыли, в то время как большинство ресторанов не в состоянии обслуживать несколько сотен клиентов в день? Почему после стольких лет существования “Сирс” и “Мицукоси” до сих пор являются ведущими компаниями в розничной торговле в своих странах, а другие, например, “У.Т. Грант” обанкротились? Почему религиозное учреждение, такое как католическая церковь, может процветать в 2000 году, если оно действует по принципам и в соответствии с практикой, которые привели бы к краху любого бизнесмена буквально за несколько часов?

Успех и провал этих фирм и компаний имеют одну общую особенность. Все они являются организациями. Организация составляет основу мира менеджеров, она является причиной, обуславливающей существование менеджмента.

Некая группа должна соответствовать нескольким обязательным требованиям, чтобы считаться организацией. К ним относятся:

* наличие, по крайней мере, двух людей, которые считают себя частью этой группы;
* наличие, по крайней мере, одной цели (т.е. желаемого конечного состояния или результата), которую принимают как общую все члены данной группы;
* наличие членов группы, которые намеренно работают вместе, чтобы достичь значимой для всех цели.

Соединив в одну эти существенные характеристики, мы получаем важное определение:

**Организация** - это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

Приведенное выше определение справедливо не просто для организации, а для **формальной** организации. Существуют также **неформальные** организации, группы, которые возникают спонтанно, но где люди вступают во взаимодействие друг с другом достаточно регулярно. Неформальные организации существуют во всех формальных организациях, за исключением, быть может, очень маленьких. И хотя у них нет руководителей, неформальные организации очень важны.

Таким образом, когда употребляется слово «организация», имеется в виду **формальная организация**.

Из определения следует, что организация всегда имеет хотя бы одну общую цель, разделяемую и признаваемую таковой всеми ее членами. Но формальное управление редко имеет дело с организациями, имеющими только одну цель. Менеджмент - это управление фирмами со сложной организацией. Сложные фирмы имеют набор **взаимосвязанных целей**.

Один простой пример: “МакДональдс” является фирмой, состоящей из 7 с лишним тысяч самостоятельных предприятий, работа которых обеспечивается поддержкой большого числа организаций, работающих “за кулисами”, ведущих строительство магазинов и цехов, осуществляющих рекламу, производящих закупку продуктов, разрабатывающих новые виды продукции, осуществляющих контроль качества. Каждое заведение “МакДональдс” имеет свои планы реализации продукции и прибыли. Каждая вспомогательная единица также имеет свои цели, такие как, например, закупка говядины по выгодным ценам. Эти цели взаимосвязаны и взаимозависимы.

Например, ресторан может реализовать свои цели, добившись запланированной прибыли, только если служба закупки добьется своих целей, обеспечив достаточное количество булочек по нужной цене, если служба маркетинга обеспечит достаточный приток покупателей, технологи найдут способ эффективного приготовления и. т.д. Основная причина, позволившая “МакДональдсу” стать крупнейшим предприятием в своем бизнесе в мире, заключается в том, что компании удается не только достичь всех выше перечисленных целей, но и эффективно взаимоувязать их с наименьшими затратами.

# Общая характеристика фирмы

Все сложные фирмы являются не только группами, целенаправленными в своей деятельности и имеющими определенный набор взаимосвязанных целей, они также имеют общие для всех сложных фирм характеристики. Эти общие черты, кратко изложенные ниже, помогают понять, почему, чтобы добиться успеха, фирмой нужно управлять.

### - Ресурсы

В общих чертах цели всякой фирмы включают преобразование ресурсов для достижения результатов. Основные ресурсы, используемые фирмой, - это люди (человеческие ресурсы), капитал, материалы, технология и информация.

Процесс преобразования ресурсов легче всего увидеть в производственных фирмах, но и обслуживающие фирмы также используют все эти виды ресурсов. “Эппл” и “АйБиЭм” используют фонды акционеров и банков (капитал) для закупки деталей (материалы), для строительства сборочных линий (технология) и для оплаты заводским рабочим (люди), чтобы производить компьютеры, которые они смогли бы продать с прибылью (результаты). Ресурсы информации используются непрерывно для связи и координирования каждой фазы процесса преобразования. Информация, относящаяся к исследованию рынка, помогает руководителям “Эппл” и “АйБиЭм” решать, какого типа продукция имеет большую вероятность понравиться публике. Общение с рабочими дает им информацию, необходимую для качественного выполнения этой задачи. Скорость и объем реализации продукции позволяет руководству решать, насколько успешно идет компания на пути достижения желаемых результатов.

Осознание важности информации как вида ресурсов является основной причиной того, что фирмы по выработке информации, такие как “Эппл” и “АйБиЭм” столь стремительно росли.

### - Зависимость от внешней среды

Одной из самых значимых характеристик фирмы является ее взаимосвязь с внешней средой. Ни одна фирма не может быть “островом в себе”. Фирмы полностью зависимы от окружающего мира - от внешней среды - как в отношении своих ресурсов, так и в отношении потребителей, пользователей их результатами, которых они стремятся достичь.

Термин «внешняя среда» включает экономические условия, потребителей, профсоюзы, правительственные акты, законодательство, конкурирующие фирмы, систему ценностей в обществе, общественные взгляды, технику и технологию, другие составляющие. Эти взаимосвязанные факторы оказывают влияние на все, что происходит внутри фирмы. Например, введение новой автоматизированной технологии может обеспечить организации преимущество в конкуренции.

Но, чтобы использовать эту новую технологию, фирме придётся найти новых людей с определенными навыками и взглядами, которые сделают эту новую работу привлекательной для них. Если экономическая конъюнктура повышается или если существует конкуренция на рынке таких специалистов, фирме, возможно, придётся повысить заработную плату, чтобы привлечь этих специалистов на работу. При их найме фирме придётся соблюдать государственное законодательство, запрещающее дискриминацию по возрасту, полу и расе. Все эти факторы меняются постоянно.

Большое значение имеет и тот факт, что, хотя фирма и зависит полностью от внешней среды, среда эта, как правило, находится вне пределов влияния менеджеров. Самые хорошие руководители в компании “АйБиЭм” ничего не могут сделать, чтобы удержать маленькую японскую компанию от выхода на рынок с новой интегральной схемой, которая делает некоторые виды продукции “АйБиЭм” устаревшими. И “МакДональдс” не добьется никакого успеха, пытаясь помешать федеральному правительству поднять минимальную заработную плату, что увеличит её затраты на рабочую силу на несколько миллионов долларов в год.

С каждым годом руководству приходится учитывать всё большее количество факторов внешней среды, которые принимают поистине глобальный характер. Чтобы добиться успеха, фирмам приходится конкурировать на иностранных рынках и противостоять конкуренции иностранных компаний у себя на родине. Это требует понимания целой новой области юриспруденции, осознание новых культурных ценностей. Например, на японский рынок проникли и успешно действуют там лишь очень немногие американские компании, такие как “Кока-Кола” и “МакДональдс”. А ведь на американском рынке электроники и автомобилей успешно действует большое число японских фирм.

### - Горизонтальное разделение труда

Вероятно, самой очевидной характеристикой фирмы является «разделение труда». Если, по крайней мере, два человека работают вместе для достижения одной цели, они должны делить работу между собой.

Например, фирма из двух человек, имеющая целью пройти на судне до места отдаленного на 10 миль, может разделить работу так, чтобы один во время путешествия управлял парусами, а другой был у руля. Разделение всей работы на составляющие компоненты обычно называется горизонтальным разделением труда. Разделение большого объема работы на многочисленные небольшие специализированные задания позволяет организации производить гораздо больше продукции, чем если бы то же самое количество людей работало самостоятельно. Разбив работу по приготовлению и подаче еды клиентам между 12 работниками, как это обычно делается у “МакДональдса”, можно обслуживать в сотни раз больше людей в день, чем в традиционных маленьких ресторанчиках с одним поваром и несколькими официантами.

В очень маленьких фирмах горизонтальное разделение труда может не прослеживаться достаточно четко. Владельцы, которые являются одновременно и управляющими небольших ресторанов, могут поочередно то готовить еду, то обслуживать посетителей. Но большинство сложных фирм имеют такого рода горизонтальное разделение, так что можно четко проследить их функции и цели деятельности.

Классическим образцом горизонтального разделения труда на производственном предприятии, например, являются производство, маркетинг и финансы. Они представляют собой основные виды деятельности, которые должны быть успешно выполнены, чтобы фирма добилась поставленных целей.

### - Подразделения

Сложные фирмы осуществляют четкое горизонтальное разделение за счет образования подразделений, выполняющих конкретные специфические задания и добивающихся конкретных специфических целей. Такие подразделения часто называются отделами или службами, но существуют также и многочисленные другие названия. Корпорация “МакДональдс” имеет специальные подразделения для каждой основной своей функции - отделы маркетинга, закупок, недвижимой собственности и т.д. Эти подразделения у “МакДональдса” имеют свои собственные, более мелкие, более конкретные подразделения. “МакДональдс”, например, являясь такой крупной и широко разветвленной компанией, формирует подразделения как по географическому принципу, так и по отдельным видам деятельности. Отдел недвижимой собственности разделяется на подотделы - выбора размещения новых мест предприятий, управления имеющейся собственностью, а в каждом из этих подотделов имеются группы по географическим зонам, такие как группа Восточного побережья, группа Калифорнии, группа Западной Европы и т.д.

Как и целая фирма, частью которой они являются, подразделения представляют собой группы людей, деятельность которых сознательно координируется и направляется для достижения общей цели. Таким образом, по сути своей, большие и сложные фирмы состоят из нескольких специально созданных для конкретных целей взаимосвязанных фирм и многочисленных неформальных групп, возникающих спонтанно.

### - Вертикальное разделение труда

Поскольку работа в фирме разделяется на составляющие части, кто-то должен координировать работу группы для того, чтобы она была успешной.

Возвращаясь к нашему примеру с лодкой, если кто-то из матросов не возьмет на себя обязанности капитана, и не позаботится, чтобы движения руля были согласованы с маневрами парусов, чтобы судно держалось курса, - группа, плывущая на судне, вероятно, никогда не доберется до порта назначения: она, скорее всего, окажется там, куда занесут ее ветер и течение (т.е. внешняя среда).

Итак, в фирме существуют две органичные внутренние формы разделения труда. Первая - это разделение труда на компоненты, составляющие части общей деятельности, т.е. горизонтальное разделение труда. Второе, называемое вертикальным, отделяет работу по координированию действий от самих действий. Деятельность по координированию работы других людей и составляет сущность управления.

### - Необходимость управления

Для того, чтобы фирма смогла добиться реализации своих целей, задачи должны быть скоординированы посредством вертикального разделения труда. Поэтому управление является особо важной деятельностью для фирмы. Однако в малых фирмах часто не имеется четко выделенной группы управляющих.

Например, в небольшом магазине, управляемом двумя партнерами, один из них может принимать решения, касающиеся закупок, выполняя тем самым управленческую функцию в течение одной недели, а второй - в течение другой. Оба они координируют рабочие графики своих немногочисленных подчиненных, чтобы обеспечить работу магазина в установленные часы работы. Но оба партнера выполняют и неуправленческие функции, обслуживая покупателей и раскладывая товары на полках. Ни один из партнеров не считает другого хозяином или управляющим. Но, хотя управленческие функции и не выделены четко, основная функция - координирование - выполняется.

Даже в крупных фирмах большинство руководителей выполняет часто работу, не связанную с координированием работы других. Руководители высшего звена, например, в компании “АйБиЭм”, сами иногда звонят клиентам или выходят в торговый зал, для того чтобы сохранить связь с клиентами, ощутить их потребности. Однако во всех фирмах, за исключением самых маленьких, управление занимает так много времени, что становится все труднее осуществлять его мимоходом.

По мере разрастания фирмы людям сложнее ориентироваться, от кого они должны непосредственно принимать указания. На этом уровне, для того, чтобы фирма могла действовать успешно, работа по управлению должна быть четко отделена от неуправленческой работы, т.е. фирмы должны назначать руководителей и определять круг их обязанностей и ответственности. Фактически, особо крупные фирмы в современном мире стали появляться только тогда, когда стала четко ощущаться необходимость отделения управления от коммерческой или технической деятельности.

Все фирмы имеют некоторые общие характеристики, включая и необходимость управления. Неудивительно поэтому, что управленческая работа также имеет много общих характеристик. Руководитель - это руководитель, и хотя фирмы, сферы и ответственность могут различаться, работа президента имеет много общего с работой мастера на сборочном конвейере.

### - Издержки производства

Себестоимость промышленной продукции - это выраженные в денежной форме текущие затраты промышленного предприятия на производство и реализацию продукции.

Экономическая основа себестоимости - издержки производства, которые представляют собой часть совокупного общественного продукта или продукции. Издержки производства объединяют две различные по своему функциональному назначению части стоимости: стоимость потребленных средств производства (предметов и средств труда) и стоимость необходимого продукта, представляющего собой фонд жизненных средств, потребных для воспроизводства рабочей силы. Обе эти части стоимости обеспечивают повторение производственного процесса в рамках возмещения затрат на простое воспроизводство. Третья часть стоимости, превышающая издержки производства, составляет прибавочный продукт общества, который используется для расширения производства и удовлетворения других общественных потребностей.

Издержки производства и стоимость, себестоимость и цена - стоимостные категории, присущие товарно-денежным отношениям.

Деление стоимости на указанные элементы объективно. Оно осуществляется непосредственно в фазе производства. Но на поверхности явлений выступают не элементы стоимости, а их превращенные денежные формы (себестоимость, цена, заработная плата, прибыль, амортизация и др.). В процессе реализации цена на продукцию не совпадает со стоимостью, что приводит к отклонению величины материальных затрат от стоимости предметов труда и соответственно отклонению себестоимости продукции от своей экономической основы - издержек производства. Существенное отклонение себестоимости от издержек производства вызывает, в частности, неполное отражение в себестоимости стоимости необходимого продукта - лишь в виде заработной платы. Между тем стоимость фонда жизненных средств работников материального производства и членов их семей, равная стоимости необходимого продукта, включает не только оплату труда, но также денежные выплаты и бесплатные услуги из общественных фондов потребления. Эта часть фонда жизненных средств значительна, но в себестоимости промышленной продукции она отражается частично, в виде отчислений на социальное страхование. Остальная часть выплат и льгот из общественных фондов потребления отражается в прибыли и налоге с оборота.

Себестоимость промышленной продукции - важный показатель промышленного предприятия, обеспечивающий контроль над материальными затратами и затратами труда и отражающий результаты его деятельности. Себестоимость промышленной продукции - необходимая база определения прибыли.

Для планирования и исчисления себестоимости промышленной продукции важно знать как себестоимость единицы изделия, так и издержки производства всего выпуска продукции. Себестоимость одинаковых изделий, производимых на различных предприятиях, характеризует уровень их технического развития, организацию производства и труда. Более полное отражение в себестоимости продукции стоимости затрат овеществленного и живого труда, приближение себестоимости к издержкам производства - необходимое условие правильного определения уровня затрат и сопоставления их на различных предприятиях и в различных отраслях промышленности.

Возмещение затрат живого и овеществленного труда отражается в себестоимости промышленной продукции (точнее, в общей сумме затрат на производство) по отдельным экономическим элементам затрат. В промышленности принят следующий состав экономических элементов: сырье и основные материалы, покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты, вспомогательные материалы, топливо и энергия, заработная плата промышленно-производственного персонала, отчисления на социальное страхование, амортизация основных производственных фондов, прочие денежные расходы. Эта группировка затрат показывает, **что именно** израсходовало предприятие на производство в той или иной отрасли, определяет межотраслевые потоки, обеспечивает возможность создания укрупненных отраслевых нормативов, необходимых для проведения плановых балансовых расчетов на народно-хозяйственном уровне.

Структура затрат на производство в целом по промышленности зависит не только от состава затрат в отдельных отраслях, но и от удельного веса последних в общем итоге. Под влиянием технического прогресса доля материальных затрат в общем итоге на производство несколько повышается.

Очень важно знать не только о том, **что** израсходовано по предприятию в целом, но и где израсходовано, на каких конкретных участках и на какие виды продукции. Для этих целей применяется группировка затрат по калькуляционным статьям расхода. Она позволяет определять себестоимость единицы продукции, видеть, под влиянием каких факторов сформировался данный уровень себестоимости и в каких направлениях необходимо вести работу по ее снижению. Принципиальное отличие группировки затрат по статьям калькуляции от группировки по экономическим элементам заключается в наличии в ней комплексных статей, объединяющих элементы, разнородные по своему экономическому содержанию, по принципу назначения (основные расходы и расходы по обслуживанию и управлению), способу распределения их между отдельными видами продукции (прямые и косвенные) и зависимости от изменения объема производства (условно-постоянные и переменные).

Группировка затрат по статьям расхода применяется предприятиями на стадии составления годовых и текущих планов, при определении себестоимости единицы отдельных видов продукции себестоимости всей товарной продукции, которая представляет собой совокупную себестоимость всех производимых видов продукции и услуг промышленного характера.

Различают полную себестоимость произведенной товарной продукции, включающую все расходы по производству, и так называемые внепроизводственные расходы (расходы по сбыту, отчисления в различные фонды и т. д.), а также себестоимость реализованной продукции, которая меньше полной на сумму изменения остатков нереализованной продукции на складах и продукции отгруженной, но не оплаченной покупателем.

На уровне предприятия определяют фабрично-заводскую себестоимость продукции как часть себестоимости всей товарной продукции, включающей только производственные затраты, без внепроизводственных расходов.

Небесполезно планировать снижение себестоимости. Одним из методов планирования себестоимости является планирование по технико-экономическим факторам. В отличие от планирования по элементам затрат и статьям калькуляции, он предусматривает зависимость планируемой суммы экономии за счет снижения себестоимости от важнейших народно-хозяйственных и внутрипроизводственных факторов. Эти факторы подразделяются на следующие укрупненные группы: повышение технического уровня производства, изменение объема и структуры производимой продукции, вызывающие относительное сокращение условно-постоянных расходов и изменение суммы амортизационных отчислений, а также улучшение организации производства и труда, влияние ввода новых предприятий, изменение природных условий и др. Каждый из перечисленных факторов, как правило, влияет на величину материальных и трудовых затрат. В результате расчетов по факторам определяется также и состав себестоимости по элементам и статьям затрат.

Также применяется метод межотраслевого баланса, имеющий большое значение для укрупненных народно-хозяйственных расчетов. Внедрение автоматизированных систем экономических расчетов позволило шире применять экономико-математические модели в планировании себестоимости.

На практике же себестоимость можно снижать путем интенсификации производства, то есть лучшим использованием производственных ресурсов и сокращением потерь сырья, материалов и топлива, а также увеличением выпуска продукции с единицы основных фондов. Снижение себестоимости будет осуществляется и за счет внедрения достижений научно-технического прогресса и повышения профессиональной заинтересованности работников промышленности, лучшего использования производственных мощностей и повышения производительности труда. Себестоимость не отдельно стоящий экономический фактор, она участвует в формировании и других показателей: рентабельности, эффективности капитальных вложений и многих других.

### - Прибыль

Прибыль - это одна из форм чистого дохода, выражающая в основном стоимость прибавочного продукта; включает также и часть стоимости необходимого продукта.

Деление вновь созданной стоимости на необходимый и прибавочный продукт - общая закономерность всякой общественно-экономической формации со времени первого крупного общественного разделения труда и достижения такого уровня производительных сил, которые бы обусловили возникновение прибавочного продукта.

Финансовые итоги деятельности фирмы находят свое выражение в прибыли, величина которой составляет часть денежной выручки, равную разнице между стоимостью продукции в оптовых ценах и полной себестоимостью реализованной продукции.

Прибыль выступает как обобщающая стоимостная категория, поскольку она связана с товарно-денежными отношениями. В этом качестве прибыль подвержена влиянию многочисленных как экстенсивных, так и интенсивных факторов. Ее размер зависит от увеличения объема производства, снижения себестоимости продукции, уровня и динамики цен, изменения структуры производства. В свою очередь эти факторы зависят от улучшения использования основных фондов и повышения их фондоотдачи, роста производительности труда и качества продукции, снижения материалоемкости продукции, внедрения экономически эффективной новой техники, наиболее полного использования сырья и материалов и устранения непроизводительных расходов и потерь. Огромное значение для роста прибыли имеет экономия материальных затрат. Одним из основных факторов, обеспечивающих снижение издержек производства и повышения рентабельности предприятия, является научно-технический прогресс.

Сущность прибыли как экономической категории проявляется в ее функциях. Прибыль выполняет три основные функции. Прибыль, прежде всего, используется в качестве показателя оценки итогов самостоятельной деятельности предприятия, поскольку в ней отражаются все стороны его деятельности как в сфере производства, так и в сфере обращения. Однако прибыль не является универсальным показателем работы предприятия, так как величина ее во многом определяется не зависящими от деятельности данного предприятия факторами (политика цен, изменение ставок налога с оборота, структурные сдвиги и т. д.). Многофакторность экономической категории прибыли вызывает необходимость использовать наряду с прибылью другие показатели эффективности производства (реализованная продукция, производительность труда, скорость оборота оборотных средств и др.).

Вторая функция прибыли - распределительная. Прибыль используется в качестве орудия распределения прибавочного продукта и его денежной формы - чистого дохода между предприятием и обществом в лице государства, между предприятием и отраслью, между предприятием и его работниками, между сферой материального производства, где создается прибавочный продукт, и непроизводственной сферой, которая содержится обществом за счет прибавочного продукта.

Третья функция прибыли связана с процессом экономического стимулирования предприятия и его работников. Прибыль используется как источник и условие формирования поощрительных фондов предприятий и в качестве крупного финансового ресурса расширенного воспроизводства на базе технического прогресса.

Рентабельность производства определяется отношением прибыли либо к стоимости производственных фондов, либо к текущим затратам (себестоимости). Преимущество показателя рентабельности, исчисленного как отношение прибыли к стоимости производственных фондов, состоит в том, что он позволяет соизмерять финансовые результаты с объемом применяемых производственных фондов, характеризуя эффективность их использования. Рентабельность предприятия должна быть достаточной для обеспечения первоочередных платежей в госбюджет и Центробанк (плата за фонды, фиксированные платежи, проценты по банковским ссудам), образования фондов экономического стимулирования, расширения производства и покрытия плановых затрат, предусмотренных финансовым планом. Нижней границей рентабельности фирмы служит получение прибыли в размерах, обеспечивающих плату за производственные фонды и образование фондов экономического стимулирования.

Распределение прибыли осуществляется в интересах обеспечения стимулирующей роли прибыли в достижении высоких количественных и качественных показателей производства; использования прибыли в качестве важного источника финансирования капитальных вложений, формирования собственных оборотных средств; усиления материальной заинтересованности предприятий в более полном выявлении внутренних резервов.

# Фирма как неполный контракт

Контракты – неотъемлемая часть институционального обрамления процесса размещения ресурсов. В более широком плане все хозяйственные процессы, которые предполагают повторяемость взаимодействия между экономическими агентами, принадлежащими одному и тому же или изменяющемуся множеству, опосредуются контрактами. Контракты – набор правил, определяющих взаимные ожидания контрагентов на основе обещаний, выполнение которых обеспечивается соответствующим механизмом принуждения.

Контракты являются неполными, если:

1. нельзя предвидеть все имеющие к этим контрактам отношение будущие непредвиденные обстоятельства;
2. детали некоторых из последних не ясны;
3. нельзя достичь единого мнения по вопросу о природе будущих непредвиденных обстоятельств;
4. невозможно прийти к единому и полному пониманию характера адекватных адаптаций к будущим непредвиденным обстоятельствам;
5. стороны не могут достичь единого понимания характера материализовавшегося непредвиденного обстоятельства;
6. стороны не могут достичь соглашения о том, соответствуют ли используемые методы адаптации к возникшему и ранее непредвиденному обстоятельству тем, которые были определены на этот случай в контракте;
7. даже если стороны могут достичь полного согласия по вопросам как о характере возникших и ранее непредвиденных обстоятельств, так и об используемых мерах адаптации к ним, то третья сторона (например, суд) может не разделять этого мнения ни по одному из данных вопросов, следствием чего может стать дорогостоящая тяжбы между двусторонне зависимыми участниками контрактных отношений.

На практике контракты часто становятся неполными вследствие трансакционных затрат[[1]](#footnote-1). Коуз[[2]](#footnote-2) и Уильямсон[[3]](#footnote-3) различают 4 типа трансакционных затрат, два из которых относятся к моменту контракта, а два – к более поздним моментам:

1. отдельные случайности, с которыми столкнутся стороны, могут быть непредсказуемы в момент заключения контракта;
2. даже если их можно предвидеть, их может быть слишком иного, чтобы зафиксировать в контракте;
3. проверка контракта (т.е. контроль за тем, что другая сторона твёрдо придерживается своих обязательств) может быть дорогостоящей;
4. проводимые в жизнь контракты могут включать значительные юридические затраты.

Коуз и Уильямсон утверждают, что минимализация трансакционных затрат является главной проблемой организационных решений.

Ex ante причины неполноты сложно сформулировать. Нет прочно установившихся и качественно разработанных теорий комплексного или индивидуального принятия решений при непредвиденных обстоятельствах. В большей части заключённых контрактов не отражается большинство возможных случайностей. Когда происходят эти неоговоренные случайности, действия заинтересованных сторон, вероятно, приводят к конфликтам. Можно выделить 2 противоположных случая процессов принятия решений, которые ex post управляют непредвиденными случайностями.

Наиболее простой процесс принятия решения – процесс торга. Предполагается, что ex ante не было подписано никакого контракта и что стороны торговались по поводу решений о торговле и трансферте после инвестирования и изучения цен и затрат. Процесс торга не ограничивается предварительным заключением контракта; есть только одно законное ограничение – чтобы ex post торговля была добровольной.

Промежуточные формы заключения контракта, которые существуют как бы между отсутствием контракта (и неограниченном торге ex post) и полным контрактом, также возможны. Эти промежуточные формы могут принести экономию трансакционных затрат в сравнении с полными контрактами, но в то же время исключают обратные эффекты неограниченного торга. Есть две возможности. Первая состоит в том, что две заинтересованные стороны обращаются к третьей стороне. Считается, что эта третья сторона примет эффективные решения, наиболее похожие на те, которые были бы определены в полном контракте. Принятые ex post торговые решения и решения о трансферте должны поэтому приводить ex post к эффективному объёму торговли и поддерживать ex ante надлежащие объёмы особенных инвестиций. Вторая возможность состоит в предоставлении одной из двух заинтересованных сторон права определять, что произойдёт в случае неперсонифицированных обстоятельств.

### Арбитраж (третейский суд)

Первым видом обращения к третьей (незаинтересованной) стороне является внешний арбитраж, т.е. арбитраж сторонних экспертов[[4]](#footnote-4). Внешний арбитраж, вероятно, является дорогостоящим. Посторонние лица могут не обладать необходимой информацией, при помощи которой следует формулировать эффективное решение. Они, возможно, должны будут нанять экспертов или потратить время на изучение особенностей ситуации. В этом отношении внутренний арбитраж, если он возможен, вероятно, будет и более эффективным. Одно из преимуществ внутреннего арбитража заключается в том, что он предоставляет исполнительному руководителю организации полномочия по решению конфликтов между отделами или среди служащих. Ежедневные наблюдения за деятельностью фирмы и личный опыт общения с персоналом, вероятно, обогатят внутренних арбитров знаниями ситуации в большей степени, чем это возможно в отношении сторонних.

Арбитр должен быть способен к тщательному изучению и пониманию ситуации при относительно небольшой зарплате, а также должен быть независимым. Первое условие может ограничить применение внешнего арбитража. Оно может способствовать сложностям и с организацией внутреннего арбитража. В крупных фирмах исполнительные руководители могут быть перегружены принятием арбитражных решений в отношении своих подчинённых. Действенность власти подвергается опасности, когда руководители слабо информированы, поэтому полномочия могут быть делегированы на низшие уровни. Второе условие – независимость – требует, чтобы арбитр не был ни «прокурором», ни «адвокатом». Он должен принимать решения, которые соответствуют взаимным интересам двух сторон, а не благоприятствовать одной стороне в ущерб другой. Арбитр должен отвечать ожиданию сторон, что он примет эффективные решения – такие решения, которые были бы специфицированы в полном контракте.

### Власть

Полномочия по выходу из непредвиденных неспецифицированных ситуаций – власть – могут быть скорее переданы одной из заинтересованных сторон, чем арбитру. Власть вовсе не означает, что заинтересованные стороны не будут ex post вести переговоры. Решение, предпочитаемое обладающей влиянием стороной, может быть очень дорогим для другой стороны. Какое-нибудь альтернативное решение может быть взаимовыгодным, а сторона, облечённая властью, может получить выигрыш, если откажется от использования этой власти. Власть меняет состояние status quo в процессе торга: она гарантирует стороне, которая ею обладает, лучшее положение. В свою очередь ex post распределение выигрыша от торговли будет влиять на ex ante инвестиции.

Если случайности непредсказуемы и слишком многочисленны, чтобы включить их первоначальный контракт, набор решений, который включает эти случайности, также, вероятно, непредсказуем или слишком сложен для того, чтобы его описать в данном контексте. Но как определить набор возможных действий, если он не был точно определён в первоначальном контракте? Власть связана с правом собственности на некоторые физические активы (например, собственник машины имеет право использовать её, как ему захочется) и нематериальные активы, такие как репутация. Также набор решений может быть определён посредством распределения функций внутри фирмы через делегирование полномочий.

Однако право собственности не может полностью определить набор решений. Должно существовать общее понимание того, что называется масштабом власти, даже когда этот масштаб не определён заранее, подобное понимание облегчает ситуацию, когда происходят случайности.

Определение масштаба власти ex post обусловливает функцию арбитража. Внутренний или внешний арбитр может быть некомпетентным в точном принятии решения, но может иметь достаточно информации, чтобы обрисовать набор допустимых решений.

Другим возможным безопасным способом избежать злоупотребления властью является разрешение стороне, не обладающей властью, ограничивать отношения, так что ex post она обладает правом отклонить властное решение другой стороны.

### Репутация

В рамках теории неполных контрактов существует концепция, состоящая в том, что во избежание опасностей стороны должны подписать полные контракты или, если контракты чересчур дороги или сложны в составлении, должны, как минимум, соблюдать правильное использование структуры власти (ограниченный контакт). На практике, однако, обнаружено, что отношения между фирмами имеют тенденцию быть более неформальными. Это часто верно, даже когда фирмы вступают в долгосрочные отношения. Эффективность тогда поддерживается при помощи репутации. Фирма, принимающая решения, которые не являются совместно эффективными, рискует потерять будущие выгодные сделки со своим партнёром. Репутация позволяет фирме сэкономить на стоимости составления полного контракта или даже на затратах распределения власти. С другой стороны, неформальность чревата для фирмы угрозой оппортунизма. Таким образом, можно ожидать, что неформальные отношения больше распространены, когда особенные инвестиции ограничены и когда торговля осуществляется достаточно часто, так что стимулы обмануть практически отсутствуют.

### Двойное снабжение

Альтернативным способом избежать ex post проблемы задержки является введение там, где это возможно, ex post конкуренции. В его основе лежит модель Уильямсона, согласно которой покупатель осуществляет инвестиции в особенные активы, а продавец выбирает ex post некоторые переменные, ex ante не включаемые в контракт (можно назвать их «качеством», включающим в себя цену и лаг поставки). Ex post продавец имеет стимул выбрать низкое «качество» (т.е. высокую цену и/или большой лаг поставки), поэтому ex ante покупатель мало инвестирует в поддержание отношений. Двойное снабжение состоит в том, что фирма имеет двух или более поставщиков, которые конкурируют друг с другом ex post по качеству. Это повышает средний уровень качества, а ex ante инвестиции. Конкуренция может, таким образом, облегчить ex post проблему двусторонней монополии и увеличить эффективность.

### Модели неполных контрактов: трансакционный и оптимизационный (неоклассический) подходы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Измерение** | **Теория трансакционных издержек** | **Оптимизационная теория неполного контракта** |
| Поведенческие предпосылки | Ограниченная рациональность для всех экономических агентов, имеющих отношение к рассматриваемому контракту. | Избирательность ограниченности рациональности: стороны контрактов полностью рациональны, судьи – ограниченно рациональны. |
| Предпосылки относительно среды | Радикальная (структурная) неопределённость (неполная информация). | Ситуация риска или параметрическая неопределённость (полная информация). |
| Информационные предпосылки | Информационные асимметрии между всеми сторонами, связанными с заключением и обеспечением соблюдения контракта. | Асимметричность информации между участниками контракта и третьими сторонами. |
| Непосредственный источник неполноты контракта | Ограниченная рациональность, включая ограничения на вычислительные возможности и возможности кодификации условий контракта. | Неверифицируемость третьей стороной переменных, имеющих отношение к выполнению контракта. |
| Цели моделирования | 1. Дизайн структур управления сделками (определение межиндивидуальных и коллективных структур), содержащих возможности адаптации к непредвиденным событиям. 2. Оценка уровня трансакционных издержек. 3. Выявление сравнительных преимуществ институциональных альтернатив. | 1. Настройка стимулов ex ante посредством спецификации действий, соответствующих различным вариантам развития событий. 2. Оценка оптимальности решений посредством сравнения результатов, полученных на основе использования того или иного набора правил с условиями полного контракта (уровень омертвлённых затрат), в том числе минимизация отклонений уровня инвестиций от оптимального. |
| Основной вклад модели | 1. Объяснение многообразия структур управления сделками. 2. Анализ взаимодополняемости и взаимодействия различных механизмов управления сделками. | Строгий анализ влияния институциональных рамок на эффективность контрактов в условиях экзогенности самих институциональных рамок. |
| Аналитические границы | Методологические трудности, связанные с обобщением гипотезы относительно ограниченности рациональности и объяснением всех обеспечивающих координацию устройств с точки зрения их сравнительных преимуществ и изъянов. | Логическая непоследовательность, в частности, произвольная предпосылка об ограниченности рациональности судей наряду с полной рациональностью контрагентов. |

# Организационные формы фирм

## 1. Частный предприниматель

Такого рода фирму также называют бизнесом одного человека, или частной собственностью. Владелец имеет материальные ресурсы и капитальное оборудование, необходимое для производственной деятельности, или приобретает их, а также лично контролирует деятельность предприятия.

Преимущества:

1. Единоличное владение легко учредить, так как юридическая процедура оформления весьма легка и регистрация фирмы такого рода обычно не требует больших затрат.
2. Владелец сам себе хозяин и располагает значительной свободой действий. Для принятия решений о том, что и как производить. Не надо ждать решений никаких собраний, партнеров или директоров.
3. Владелец может предоставлять клиенту персональные услуги.
4. Стимулы эффективной работы - самые энергичные. Владелец получает все в случае успеха и теряет все в случае неудачи.

Недостатки:

1. За редким исключением, финансовые ресурсы единоличного предпринимателя недостаточны для того, чтобы фирма могла вырасти в крупное предприятие. Так как среди единоличных владений процент банкротства относительно высок, коммерческие банки не очень охотно предоставляют им большие кредиты.
2. Осуществляется полный контроль над деятельностью предприятия, владелец должен выполнять все основные решения, например, относительно покупки, продажи, привлечения и содержания персонала; не упускать из внимания технические аспекты, которые могут возникнуть в производства, в рекламе и в распределении продукции.
3. Наиболее важным недостаток заключается в том, то единоличный владелец являет субъектом *неограниченной ответственности*. Это означает, что самостоятельные предприниматели рискуют не только активами фирмы, но и своими личными активами. Если предприятие обанкротилось, он персонально и единолично отвечает по долгам фирмы. Для уплаты долгов в этом случае может быть продано личное имущество владельца.

## 2. Корпорация

***Корпорация*** - это правовая форма бизнеса, отличающаяся и отделенная от конкретных лиц, ими владеющих. Эти признанные правительством «юридические лица» могут приобретать ресурсы, владеть активами, производить и продавать продукцию, брать в долг, предоставлять кредиты, предъявлять иск и выступать в суде ответчиком. А также выполнять все те функции, которые выполняют предприятия любого другого типа.

Преимущества:

1. Наиболее эффективная форма организации бизнеса в вопросах привлечения денежного капитала. Корпорациям присущ уникальный способ финансирования - через продажу акций и облигаций, - который позволяет привлекать сбережения многочисленных домохозяйств. Через рынок ценных бумаг корпорации могут объединять в общий фонд финансовые ресурсы огромного числа отдельных лиц. Финансирование путем продажи ценных бумаг имеет также определенные преимущества. С точки зрения из покупателей. Корпорации имеют более легкий доступ к банковскому кредиту по сравнению другими формами организации бизнеса. Причина заключается не только в большей надежности корпорации, но также в ее способности обеспечить банкам прибыльность счетов.
2. Другое существенное преимущество корпораций - это ограниченная ответственность. Владельцы корпораций (то есть держатели акций) рискуют только той суммой, которую они заплатили за покупку акций. Их личные активы не ставятся под угрозу, даже если корпорация обанкротится. Кредиторы могут предъявить иск корпорации как юридическому лицу, но не владельцам корпорации как частным лицам. Право ограниченной ответственности заметно облегчает задачу корпорации в привлечении денежного капитала.
3. Поскольку корпорация является юридическим лицом, она существует независимо от ее владельцев и в этом отношении - от ее собственных должностных лиц. Партнерство внезапно и непредсказуемо могут погибнуть, а корпорации, по крайней мере, согласно законам, вечны. Передача собственности корпорации через продажу акций не подрывает ее целостности. Одним словом, корпорации обладают известным постоянством, недостающим другим формам бизнеса. Это постоянство открывает возможность перспективного планирования и роста.

Преимущества корпорации огромны и обычно превышают их недостатки. И все же они существуют.

Недостатки:

1. Регистрация устава корпорации сопряжена с некоторыми бюрократическими процедурами и с расходами на юридические услуги.
2. Следующий возможный недостаток корпорации касается вопросов, связанных с налогообложением прибыли корпорации. Речь идет о проблеме *двойного налогообложения*: та часть дохода корпорации, которая выплачивается в виде дивидендов держателям акций, облагается налогом дважды - первый раз как часть прибыли корпорации, второй - как часть личного дохода владельца акций.
3. При единоличном предпринимательстве и партнерстве владельцы недвижимости и финансовых активов сами непосредственно управляют этими активами и их контролируют. Но в крупных корпорациях, акции которых широко распределены среди сотен тысяч владельцев, появляется значительное расхождение между функциями собственности и контроля.

Причины этого кроются в бездеятельности типичного держателя акций. Большая часть владельцев акций не использует права участия в голосовании или же если используют это право, то лишь подписываясь под предоставлением полномочий действующим должностным лицам корпорации.

Все компании с ограниченной ответственностью должны быть зарегистрированы в Регистрационной палате. До начала фактической деятельности компания должна предоставить в Регистрационную палату ряд документов на утверждение:

|  |  |
| --- | --- |
| Меморандум компании: | В нем должно быть зафиксировано название компании, адрес ее зарегистрированного офиса, цели компании, размер капитала, который компания намерена собрать путем продажи акций. В названии компании обязательно должны фигурировать слова «с ограниченной ответственностью» или, если это общественная компания, «общественная компания». |
| Устав акционерной компании: | Должен содержать описание того, как будет организована данная компания и как она будет управляться, информацию о правах акционеров, правах и обязанностях директоров, а также о процедуре созыва собраний акционеров. |

Закон требует от всех зарегистрированных компаний публиковать годовые отчеты и предоставлять копии этих отчетов в Регистрационную палату.

## 3. Малое предприятие

Малое предприятие может быть создано и частным лицом, и предприятием, организацией, как государственной, так и общественной. Во-первых, оно может быть «одноклеточным» и более сложным, иметь филиалы, участки, представительства. Во-вторых, разнообразием целей, ради которых может быть создано предприятие: художественны и подсобных промыслов, оказание всевозможных услуг населению, запуске практически любой деятельности, не запрещенной законом. В-третьих, привлекает относительно простая процедура учреждения и регистрации.

В промышленно развитых странах малые предприятия дают значительную долю совокупного валового продукта.

Жизнеспособность малых предприятий определяют свобода и простота их создания, отсутствие административного принуждения, льготная система налогообложения, рыночный механизм ценообразования.

К малым предприятиям относятся вновь создаваемые им действующие предприятия численностью работающих до 200 человек в промышленности или строительстве, до 100 человек в науке и научном обслуживании, до 50 человек в других отраслях производственной сферы, до 25 человек в отраслях непроизводственной сферы, до 15 человек в розничной торговле.

Малые предприятия могут быть созданы в результате выделения из состава действующего предприятия, объединения, организации. В этих случаях та организация (предприятие), из которого выделилось малое предприятие, выступает его учредителем.

В учредительном договоре определяются отношения между предприятиями и его учредителем, хозяйственника, финансовые связи, уставной капитал, отчисления из прибыли в пользу учредителя.

Уставом малого предприятия устанавливаются цели его деятельности, порядок образования имущества предприятия, порядок управления, возможности выкупа, распределение прибыли, условия реорганизации и прекращения деятельности и другие важнейшие вопросы.

Предприятие самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается выпускаемой продукцией, полученной прибылью, оставшейся в его распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Малые предприятия представляют отчёт о результатах своей хозяйственной деятельности перед учредителями в порядке, определенном учредительным договором.

Управление предприятием осуществляется в соответствии с Уставом. Руководитель (директор) назначается собственником при учреждении предприятия. Структура управления и штаты определяются трудовым коллективом самостоятельно. С руководителями, специалистами и другими работниками могут быть заключены контракты, как особой формы трудового договора.

Процедурные вопросы ликвидации предприятия разрешаются собственником имущества через назначенную им ликвидационную комиссию. Обоснованные претензии кредиторов к ликвидируемому малому предприятию удовлетворяются из его имущества.

При реорганизации предприятия его права и обязанности переходят к правопреемникам.

## 4. Акционерное общество

***Акционерное общество*** - добровольная организация юридических лиц и граждан (в том числе иностранных) для совместной деятельности путем объединения их вкладов и выпуска акций на всю стоимость уставного фонда.

Акционерные общества обеспечивают три важные цели:

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | Привлечение временно свободных капиталов для организации производства, товаров и услуг. |
| 2. | Оформление такой структуры производства, которая работает непосредственно на потребителя, обеспечивает «перелив» акционерных капиталов из отрасли и малоэффективных предприятий в более эффективные отрасли. |
| 3. | Усиление мотивации труда. |

Выпуск акций предприятием с целью мобилизации денежных средств не меняет его статуса, то есть не преобразуются организационно-правовые процедуры: собрание будущих участников, определение уставного фонда, разработка устава и его государственная регистрация.

В зависимости от того, кому принадлежат акции, акционерные общества могут быть государственными, кооперативными, общественными, смешанными.

Акционерное общество может создаваться для целей хозяйственной и иной деятельности, не запрещенной законом. Акционерное общество, будучи юридическим лицом, вправе заключать любые предусмотренные законодательством сделки, самостоятельно решать вопросы организации управления, установления цен на производимую продукцию, оплаты труда, распределения чистой прибыли. Общество может иметь представительства, филиалы, учреждать дочерние общества на правах самостоятельных коммерческих организаций.

## 5. Общество с ограниченной ответственностью (ООО)

Таким признается учреждённое одним или несколькими лицами общество, уставной капитал которого разделён на доли, определенные учредительными документами; участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах размеров (стоимости) внесенных ими вкладов. Уставной капитал общества с ограниченной ответственностью составляется из стоимости вкладов его участников. ООО не обязано публичной ответственностью. Данная правовая форма наиболее распространена среди мелких и средних предприятий.

Акционерные общества создаются двух типов - закрытие и открытые.

Акционерное общество, участниками которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается *открытым*. Такое акционерное общество вправе проводить подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом. Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается *закрытым*.

Акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью не имеют принципиальных различий. Разница лишь в том, что акционерные общества формируют уставный фонд путем выпуска акций, владельцы которых могут быть заранее неизвестны. Общества с ограниченной ответственностью создают такой фонд только за счёт пайщиков. Если существующие общества начнут выпускать акции, они превратятся в акционерные общества. Понятие «ограниченная ответственность» означает, что пайщик несет ответственность только в размере своего пая. На остальное его имущество ответственность не распространяется, в отличие от кооператива, члены которого отвечают за обязательства всем своим имуществом.

Вклады (акции) участников акционерного общества (товарищества) с ограниченной ответственностью могут переходить от одного собственника к другому только с согласия других собственников (акционеров) в порядке, предусмотренном уставом.

Вклады (акции) общества открытого типа могут переходить от одного собственника к другому без согласия акционеров. Акции этого общества могут свободно продаваться.

Высшим органом управления акционерного общества является общее собрание акционеров. Оно дает возможность реализовать право на управление членов ООО. Количество голосов участников на собрании определяется пропорционально размеру их долей в уставном капитале.

Преимущества:

* возможность мобилизации больших финансовых ресурсов;
* возможность быстрого перелива финансовых средств из одной отрасли в другую;
* право свободной передачи и продажи акций, обеспечивающее существование компании, независимо от изменения состава акционеров;
* ограниченная ответственность акционеров;
* разделение функций владения и управления.

## 6. Совместное предприятие

Под иностранными инвестициями понимаются все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемые в предприятие с целью получения прибыли. Иностранные инвесторы вправе принимать деловое участие в предприятиях, создаваемых совместно с юридическими лицами и гражданами на территории РФ, а также создавать предприятия, полностью принадлежащие иностранным инвесторам.

Предприятие с иностранными инвестициями создаются и действуют в форме акционерных и других хозяйственных обществ и товариществ, предусмотренных законом на территории РФ.

Совместное предприятие может быть создано либо путем его учреждения, либо в результате приобретения иностранным инвестором доли участия (пая, акций) в ранее учрежденном предприятии без иностранных инвестиций или приобретения такого предприятия полностью.

Учредительные документы предприятий с иностранными инвестициями должны определять предмет и цели деятельности предприятия, состав участников, размер и порядок формирования уставного фонда, размер долей участников, структуру, состав и порядок принятия решений, перечень вопросов, требующих единогласия, порядок ликвидации предприятия.

Вклады в уставный фонд оцениваются участниками на основе цен мирового рынка. При отсутствии таких цен стоимость вкладов определяется по договоренности участников.

Для регистрации совместного предприятия предоставляются следующие документы:

* письменное заявление учредителей о регистрации;
* заключение соответствующих экспертиз;
* нотариально заверенных двух копий учредительных документов (учредительный договор);
* нотариально заверенную копию решения собственника имущества о создании предприятия или копии решения уполномоченного им органа, а также нотариально заверенных копий учредительных документов для каждого участника с российской стороны;
* документ о платежеспособности иностранного инвестора, выданного обслуживающим его банка или иным кредитно-финансовым учреждением;
* выписка из торгового реестра страны происхождения или другого эквивалентного доказательства юридического статуса иностранного инвестора в соответствии с законодательством страны его местонахождения.

Предприятия с иностранными инвесторами вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом. Некоторые виды деятельности требуют получения лицензии, например, страховое и банковское дело.

Совместные предприятия имеют право создавать дочерние предприятия, филиалы и представительства как на территории РФ, так и за рубежом.

Иностранные инвесторы и предприятия наделяются землей, имеют право арендовать имущество, приобретать долю участия, акции и иные ценные бумаги на фондовых биржах, участвовать в биржевых сделках в порядке и на условиях, установленных законодательством. Иностранные инвесторы могут участвовать в приватизации государственных и муниципальных предприятий на территории РФ.

Иностранные граждане могут входить в орган управления предприятия на условиях, определяемых индивидуальными договорами.

Ликвидация предприятия с иностранными инвестициями осуществляется в порядке, установленном законом и в строгом соответствии с уставом. Если предприятие по истечении года после регистрации не подтвердит внесение не менее 50 процентов указанных в уставных документах сумм вклада, орган, зарегистрировавший предприятие, признает его несостоявшимся и принимает решение о ликвидации. Предприятие считается ликвидированным с момента утверждения акта ликвидационной комиссии, о чем должно быть сообщено в печати.

## 7. Кооперативы

Существует два вида кооперативных обществ: рабочие кооперативы (или кооперативы производителей) и потребительские кооперативы (кооперативы розничных торговцев).

### - Рабочие кооперативы

Это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками имущественных паевых взносов). Рабочие кооперативы являются коммерческой организацией.

Учредительным документом рабочих кооперативов является его устав, утверждаемый общим собранием его членов. Число членов кооперативов не должно быть меньше пяти. Имущество, находящееся в собственности рабочих кооперативов, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Кооператив не вправе выпускать акции. Член кооператива имеет один голос при принятии решений общим путем. Прибыль делиться между работниками в соответствии с установленным соглашением.

В начале XX века в Великобритании существовало около 200 рабочих кооперативов. Их решительно поддерживали кооперативы розничных торговцев, приобретавших большую часть продукции этих кооперативов. К началу 60-х годов их число сократилось до тридцати, Большинство производственных кооперативов сохранились в печатном деле, шитье одежды и обуви.

Успешными рабочие кооперативы оказались в Испании и Франции.

### - Потребительские кооперативы

Владельцами кооперативами этого типа является собственно потребители - те люди, которые покупают товары, а не производят их.

Первое общество розничных торговцев было создано в городе Рочдель в 1844г. группой бедных ткачей, основавших небольшой магазин.

Основные принципы кооперативных обществ - следующие:

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Открытое членство: | Предела численности в кооперативном обществе нет, каждый может войти в кооператив и выйти из него в любой момент. |
| 2. Распределение прибыли: | Многие годы члены кооперативов получали регулярно дивиденды наличными. Размер дивидендов определяется суммой средств, принесенных в кооператив. |
| 3. Выплата процента на акционерный капитал: | Члены кооперативов получают фиксированный процент на свой акционерный капитал. |

Управление кооперативом осуществляется комитетом; обычно это служащие, совмещающие эту работу с другой. Они выбираются членами кооператива. Текущую работу кооператива ведут управляющие, занятые здесь полный рабочий день, назначенные членами выборного комитета.

Традиционно кооперативные общества считали себя чем-то большим, чем просто особой формой организации бизнеса.

# Список использованной литературы

1. Основы предпринимательской деятельности // ред. - Осипов Ю.М. - М.: 1992.
2. Стэплейк Дж.Ф. Экономикс для начинающих. – М.: 1994.
3. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стенли Л. Брю. Экономикс. – М.: 1996.
4. Экономическая теория // ред. – Булатов А.С. - 2-е издание. – М.: 1997.
5. Сборник предпринимателя // ред. - Перхунов А.П., Сорокин В.П. – Ч.1. – М., МНПП «РИД-7»: 1992.
6. Ситарян С. А. Прибыль: актуальные аспекты.
7. Котов В.Ф. Планирование реализации продукции, прибыли и рентабельности промышленности.
8. Вопросы экономики. - 1994. - №4.
9. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: 1992.
10. Грейсон, О’Дейл. Американский менеджмент на пороге ХХ века. - М.: 1991.
11. Акофф. Планирование будущего корпорации. - М.: 1985.
12. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: Теория организации промышленности. – СПб.: Экономическая школа, 1996. – XLII + 745 с.

1. «Полный контракт» - это контракт, который включает релевантные решения (трансферт, торговля и т.д.) в зависимости от всех проверяемых переменных, включая возможные заявления сторон относительно их оценок, затрат и т.п. Применяя эту терминологию, можно назвать a priori неполный контракт полным, если он приносит сторонам те же выплаты, что и оптимальный. [↑](#footnote-ref-1)
2. Коуз Р. Природа фирмы // Коуз Р. Фирма, рынок и право. М.: 1993. [↑](#footnote-ref-2)
3. Williamson O. Markets and Hierarchies. Analysis and Antitrust Implications. New York: Free Press, 1975. [↑](#footnote-ref-3)
4. К этому можно отнести потенциальные обращения в действующий суд. Разница заключается в том, что это обращение не нуждается в том, чтобы его оговаривали заранее. Однако суды – помимо настаивания на «разумных контрактах» - только поправляют «нечестные действия» (т.е. регулируют отдельные типы поведения при отсутствии соглашения). Арбитры могут наделяться более широкими полномочиями (например, выбор решения при отсутствии согласия). [↑](#footnote-ref-4)