РЕФЕРАТ

по курсу «Основы маркетинга»

**«Участники маркетинговой деятельности в России»**

**1. Индивидуальный предприниматель — маркетолог**

Индивидуальное предпринимательство имеет много привлекательных сторон для специалиста-маркетолога, который может реализовать свои профессиональные амбиции, от своего имени заключая сделки, причем не учреждая фирмы, но создавая коллектив специалистов из приглашенных работников. Основные преимущества:

• работа на свое имя;

* льготное налогообложение;
* упрощенная отчетность.

В ст. 11 НК РФ указано, что индивидуальные предприниматели — это физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Государственная регистрация индивидуального предпринимателя проводится в соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 г. «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Свой статус предпринимателя гражданин должен легитимировать не только в целях соблюдения требований законодательства, но и для занятия своего места на рынке, получения определенной известности, а также для последующей регистрации своего товарного знака.

Репутация на рынке, участие в некоммерческих объединениях помогут индивидуальному предпринимателю сформировать новые связи в своем деле.

Следует отметить, что согласно п. 4 ст. 23 ГК РФ гражданин не вправе ссылаться в отношении заключенных им сделок на то, что он не является предпринимателем, поскольку не прошел государственной регистрации. Суд может применить к таким сделкам физического лица правила об обязательствах, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Среди наиболее важных правомочий индивидуального предпринимателя можно указать возможность открытия расчетных счетов в банках и проведения безналичных расчетов, получения кредитов как субъекта малого предпринимательства, создания хозяйственных товариществ (товарищества не могут создавать граждане — непредприниматели), найма работников в неограниченном количестве. Согласно ст. 25 ГК РФ лица, работающие по трудовому договору (контракту), включаются в число кредиторов индивидуального предпринимателя. Ущерб, причиненный работниками предпринимателя при исполнении своих трудовых обязанностей, будет возмещаться предпринимателем, как если бы он совершил вред сам (ст. 1068 ГК РФ).

Поскольку индивидуальный предприниматель не является юридическим лицом, то за нарушение обязательств, вытекающих из его предпринимательской деятельности, он несет ответственность как физическое лицо (гражданин). Согласно ст. 24 ГК РФ: «гражданин отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом, за исключением имущества, на которое в соответствии с законом не может быть обращено взыскание».

Таким образом, вести бизнес в качестве индивидуального предпринимателя более рискованно. Поэтому участники коммерческой деятельности, как правило, стремятся вместо получения статуса индивидуального предпринимателя создать фирму и выступать в ней в качестве учредителя. В этом случае по обязательствам из заключенных фирмой сделок участник, как правило, своим имуществом не отвечает (за исключением обязательств по хозяйственным товариществам).

Прекращение деятельности индивидуального предпринимателя может произойти как в добровольном, так и в принудительном порядке.

Если предприниматель прекращает деятельность по собственному желанию, ему надо подать в налоговые органы заявление и документ об уплате госпошлины.

В течение 6 рабочих дней с момента получения всех необходимых документов регистрирующий орган выдаст предпринимателю Свидетельство о государственной регистрации прекращения физическим лицом деятельности в качестве индивидуального предпринимателя.

Деятельность предпринимателя может быть прекращена в принудительном порядке только по решению суда. Например, суд может признать предпринимателя банкротом или лишить его права заниматься предпринимательской деятельностью. В этих случаях государственная регистрация утрачивает силу с момента вступления в силу решения или приговора суда, а запись в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей вносится на основании копии решения суда.

Если деятельность гражданина в качестве индивидуального предпринимателя прекращена в связи с его смертью, то регистрация будет осуществлена на основании сведений о регистрации смерти, которые регистрирующий орган получит из ЗАГСа. Органы, осуществляющие регистрацию актов гражданского состояния, обязаны сообщать в ИМНС о фактах смерти физических лиц в течение 10 дней с момента регистрации этих фактов (п. 3 ст. 85 НК РФ).

**2. Проблемы развития индивидуального предпринимательства специалистов - маркетологов в России**

В настоящее время формируются предпосылки для того, чтобы в перспективе отечественный малый бизнес и его продукция, работы, услуги в определенных отраслях экономики стали конкурентоспособными и сумели вплотную приблизиться по своим организационным и качественным параметрам к общепринятому в цивилизованном мире уровню.

Для развития индивидуального предпринимательства специалистов-маркетологов необходимо реализовать следующие меры:

пересмотр действующего законодательства для создания основ максимально легитимного («прозрачного») бизнеса индивидуальных предпринимателей;

ликвидация избыточных функций органов власти по осуществлению контроля (надзора) за деятельностью индивидуальных предпринимателей;

консолидация всего законодательства в рамках одного документа — базового закона, в котором должны быть систематизированы все нормы об индивидуальном предпринимателе;

стимулирующие меры, в том числе субсидирование процентной ставки по кредитам и займам, выдаваемым коммерческими организациями определенным категориям субъектов индивидуального предпринимательства;

внедрение в сферу деятельности индивидуальных маркетологов типовых схем кредитных линий, простого товарищества, научно-исследовательских работ, франчайзинга и т.д.;

создание каналов привлечения внебюджетных финансовых ресурсов на поощрение новаторских маркетинговых программ, применение грантов;

развитие венчурного финансирования инновационных проектов индивидуального предпринимательства;

обеспечение формирования положительного образа предпринимателя, информационная поддержка через средства массовой информации и пропаганда индивидуального предпринимательства как одного из важнейших факторов развития экономики и стабилизации российского общества;

создание единой информационной базы и системы рейтингов предпринимателей-маркетологов на федеральном уровне.

**3. Коммерческие организации**

Наиболее стабильный и растущий маркетинговый бизнес возможен только в форме юридического лица.

Юридическим лицом, согласно ст. 48 ГК РФ, признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, отвечает по своим обязательствам этим имуществом и может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридические лица могут быть образованы в форме коммерческих и некоммерческих организаций. Коммерческие организации создаются для ведения бизнеса и, соответственно, получения прибыли.

Создавая коммерческую организацию, предприниматель имеет цели осуществления самостоятельного бизнеса или содействия другому бизнесу, поэтому он должен учесть те особенности, которые имеет каждая организационно-правовая форма, и выбрать наиболее оптимальную из форм с точки зрения специфики и объема предпринимательской деятельности, финансовых возможностей, статуса и интересов партнеров, стратегии и тактики ведения бизнеса и т.д.

Руководствоваться при выборе фирмы можно следующими факторами:

* организационно-правовая форма;
* права участников;
* правовой режим имущества предпринимателей;
* характер членства участников;
* способ участия в управлении участников;
* хозяйственно-правовая компетенция;
* объем предпринимательской деятельности;
* участие в объединениях коммерческих организаций.

По организационно-правовой форме определяют следующие виды коммерческих организаций:

полное товарищество;

товарищество на вере (коммандитное);

производственный кооператив (артель);

общество с ограниченной ответственностью;

общество с дополнительной ответственностью;

закрытое акционерное общество;

открытое акционерное общество;

акционерное общество работников (народное предприятие);

унитарное предприятие.

По организационно-правовой форме коммерческой организации можно определить, какие права, обязанности и ответственность несут ее участники.

В отличие от некоммерческих организаций (за исключением учреждений и потребительских кооперативов), в коммерческих — учредители имеют имущественные (вещное или обязательственное) права на капитал созданных фирм:

в государственных и муниципальных унитарных предприятиях учредители имеют право собственности или иное вещное право на имущество унитарных предприятий.

в хозяйственных товариществах и обществах, а также в производственных кооперативах у учредителей — обязательственные права.

Поскольку в хозяйственных товариществах и производственных кооперативах участники по закону имеют по одному голосу при голосовании в органах управления, то степень влияния участников на дела компании главным образом зависит от их личного участия в ее деятельности.

В хозяйственных обществах происходит объединение капиталов участников. Чем больше участник вложил средств в уставный капитал фирмы, тем больше его доля и больше голосов он имеет в высшем органе управления. Такой вид участия можно назвать имущественным.

Хозяйственно-правовая компетенция

1. Общая компетенция скорее характеризует предпринимателя, который не позиционирует себя на рынке маркетинговых продуктов, предлагая максимально расширенный спектр работ и услуг. Общая компетенция характерна для большинства коммерческих организаций. В последние годы фирмы активно занимаются оптимизацией портфелей услуг в поисках своей специализации.

В международной практике совмещение маркетинговых, юридических, консалтинговых, аудиторских услуг не всегда дает возможность лидерам этой сферы бизнеса повышать качество указанных услуг, но при этом можно применять комплексные подходы к обслуживанию клиентов. Это наблюдается в таких крупных компаниях, обслуживающих транснациональные корпорации, как Allen & Overy, Andersen Legal, Clifford Chance.

Перепрофилирование и переход от общей компетенции к узкой специализации для некоторых компаний становятся неизбежным результатом диверсификации на предыдущем этапе развития.

Характерен пример вынужденного ухода из пищевой отрасли компании В. Довганя, когда фирма не развивала узкую специализацию.

За короткое время марка «Довгань» была установлена на самые разнообразные продукты питания с одновременным увеличением их цены. Товарный знак стал одним из наиболее узнаваемых на рынке, но потребитель так и не был сориентирован на определенный продукт. Для поддержания зонтичного бренда и установления индивидуализирующих признаков на продукцию у основателя оказалось недостаточно средств. В результате это направление бизнеса было свернуто.

С другой стороны, есть примеры, когда фирмы от узкой специализации приходят к освоению смежных видов бизнеса.

Компания «Транстелеком», основанная в 1997 г. как подразделение МПС, за 3 года построила первую в России магистральную волоконца оптическую сеть связи стоимостью 1 млрд. долларов. Но в уставе компании указано не только строительство сетей, но также эксплуатация и предоставление услуг, поэтому произошедшее в 2001 г. изменение профиля компании прошло в рамках стратегии развития фирмы.

Примеры, когда перепрофилирование имеет разные последствия для предпринимателей.

Финский сотовый гигант Nokia, чей бизнес начинался в 60-х гг. XIX в. с лесопилки на берегу реки Нокиа и последовательно прошел через несколько метаморфоз — бумажную, резиновую и электронную, достиг колоссальных успехов.

С другой стороны, есть пример одной из старейших электротехнических компаний мира Marconi, чья попытка конверсии и выхода на рынок телекоммуникационного оборудования привела к банкротству.

2. Когда учредители определяют предназначение фирмы действовать на рынке маркетинговых продуктов и на смежных рынках (например, рекламы), они могут установить специальную компетенцию такой организации, указав на это в учредительных документах фирмы (например, ввести в уставе запреты на розничную и оптовую торговлю).

Сделки, совершенные организацией в противоречии с целями ее деятельности, определенно ограниченными в учредительных документах, могут быть признаны судом недействительными в случаях, предусмотренных ст. 173 ГК РФ. Разъяснение об этом дано в п. 18 Постановления Пленума Верховного Суда РФ и Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 1 июля 1996 г. № 6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации».

У предпринимателя есть четыре пути выхода на специализацию:

1) подготовка своего подразделения для самостоятельного бизнеса в форме юридического лица.

Например, компания РБК СОФТ зарождалась как отдел технической поддержки РИА РосБизнесКонсалтинг и, соответственно так же как и Информационное Агентство, накопила большой опыт в поиске, систематизации и анализе информационных потоков. РосБизнесКонсалтинг проводит широкий спектр исследований по всем отраслевым рынкам, а компания РБК СОФТ специализируется именно в области информационных технологий. Для ведения данной деятельности РБК СОФТ имеет в своем составе аналитиков, маркетологов, программистов, консультантов, дизайнеров, профессиональных менеджеров и специалистов в области информационных технологий;

1. после начального накопления капитала и образования многопрофильных холдингов в российском бизнесе начался этап развития узкоспециализированных компаний. Таким способом предприниматели адаптируются к новым условиям высокой конкуренции.
2. приобретение узкоспециализированной фирмы;
3. перепрофилирование действующей компании в узкоспециализированную.

Как считают эксперты аудиторско-консультационной группы «Развитие бизнес-систем», в ближайшей перспективе основная тенденция развития российских компаний будет состоять в усилении специализации (в основном это переход в смежную отрасль, где можно использовать некоторые апробированные технологии), поскольку большинство из них испытывают дефицит ресурсов для параллельного развития разнородных бизнес-проектов.

Для компании изменения такого рода весьма рискованны. Фирма может получить убытки и потерять влияние на рынок.

Для регулярного проведения маркетинговой деятельности предприниматели создают коммерческую организацию, основным направлением деятельности которой являются маркетинговые услуги третьим лицам, либо эта организация ведет другую профессиональную деятельность, а маркетинговые исследования являются сопутствующим видом деятельности (например, реклама — основной бизнес, а маркетинг — сопутствующий; доверительное управление — основной, а маркетинг — сопутствующий; аудит — основной, маркетинг — сопутствующий и т.д.). Как показывает опыт, заниматься только маркетинговым бизнесом зачастую нерационально и рискованно, поэтому его включают в структуру более объемного вида услуг (например, консалтинговых или сопутствующих аудиту услуг). Так, ст. 3 Закона РФ от 11 марта 1992 г. «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» предоставляет право использования услуг только лицам, на законном основании занимающимся частной детективной и охранной деятельностью, в целях «сбора информации для деловых переговоров».

Маркетинговые услуги могут предложить и рекламные агентства, но в отличие от них специализированные исследовательские фирмы способны провести независимую и непредвзятую оценку тех или иных рекламных носителей. Медиапланеры используют рейтинги того или иного медианосителя, которые позволяют судить о составе его аудитории. Изучением этого вопроса на телевидении, радио и в прессе занимаются NTs/Gallup Media, КОМКОН, RPRG. Эти компании проводят исследования отношения целевой аудитории к тем или иным рекламоносителям с точки зрения внимания и доверия аудитории. Информацию об аудитории наружной рекламы предоставляет «Эспар-Аналитик».

Изменение специализации можно назвать перепрофилированием компании. В России типичным примером перепрофилирования является ситуация, когда торговые организации открывают в своем бизнесе производственный сектор и развивают собственные товарные знаки.

Перепрофилирование коммерческой организации. В современном бизнесе в силу роста издержек в определенной стране, в том числе высоких налогов и других причин, компании часто выводят бизнес в другие страны или перепрофилируют, т.е. меняют основную деятельность. Причем зачастую производство сворачивают, оставляя лишь управленческий, финансовый и маркетинговый бизнес.

Пример перепрофилирования коммерческой организации, связанный с переходом от производственной специализации к маркетинговой.

Американская фирма Levi Strauss, изобретатель голубых джинсов, сообщила о том, что ради сокращения издержек закроет все заводы в США и фабрику в Канаде.

Причем Levi's — одна из последних компаний в джинсовой индустрии, решившая перенести производство в другие страны. Сама компания делает ставку на маркетинг, а производством джинсовой одежды под знаменитым лейблом займутся сторонние производители по всему миру.

Так, джинсы, сделанные по договору с Levi's на фабрике в Ростовской области, под торговой маркой Levi Strauss Signature TM, решено реализовывать только в крупнейших торговых сетях США.

Среди участников предпринимательской деятельности выделяются коммерческие организации, чей правовой статус можно характеризовать как исключительный в силу того, что законодательство допускает для них ведение только указанной в лицензии предпринимательской деятельности и оказание сопутствующих этой деятельности услуг.

Как правило, специализация определена лицензией согласно Федеральному закону от 8 августа 2001 г. «О лицензировании отдельных видов деятельности», а это означает наличие контроля лицензирующих органов за соблюдением лицензиатом соответствующих лицензионных требований и условий.

В исключительных видах специализации получение лицензии требует основательной подготовленности лицензиата.

Субъектами бизнеса являются:

1. Субъектами малого бизнеса согласно Федеральному закону от 14 июня 1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» являются индивидуальные предприниматели, а также коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает 60 человек, за исключением сфер промышленности, строительства, транспорта, оптовой торговли и розничной торговли.

Малый бизнес наиболее приемлем для индивидуальных предпринимателей, хозяйственных товариществ (где управление строится на доверительных отношениях) и производственных кооперативов (где законом определена необходимость личного участия в деятельности кооператива большинства его членов). У таких коммерческих организаций есть один общий управленческий признак - голосование проводится по системе: «один товарищ (член кооператива) — один голос», что препятствует возможности оказаться поглощенными тем инвестором, который вкладывает капитал, чтобы влиять на решения компании, участвуя в ее органах управления.

Субъекты малого предпринимательства, при соответствии требованиям гл. 26 НК РФ «Упрощенная система налогообложения», могут перейти на упрощенную систему налогообложения. Причем выбор между упрощенной и обычной для предпринимателей системами налогообложения субъект малого предпринимательства делает добровольно.

Последние законодательные изменения касаются освобождения малых предприятий от государственных проверок за первые 3 года деятельности со дня регистрации. Можно предположить, что данная мера вызовет увеличение числа временных компаний, которые будут «исчезать», набрав долгов.

Итак, в целом интерес предпринимателя (коллективного или индивидуального) к получению статуса субъекта малого предпринимательства связан с возможностью получения льгот в его экономической деятельности.

2. Субъекты среднего бизнеса не отвечают признакам предыдущей категории малого предпринимательства и характеризуются нацеленностью на постоянный рост коммерческого оборота, расширение участия в разных видах предпринимательской деятельности. Такие цели требуют постановки профессионального управления финансовыми потоками, для чего необходимо четко определить и гарантировать права участников, функции избираемых ими исполнитель-пых органов при условии ограничения ответственности участников. Этим требованиям соответствуют хозяйственные общества в форме ООО и ЗАО, где состав участников стабилен, а количество голосов участника в высшем органе управления зависит от его доли в уставном капитале.

3. Субъекты крупного предпринимательства. В законодательстве Российской Федерации нет четких границ между крупным и средним бизнесом. Организация крупного бизнеса означает возможность контролировать значительную долю рынка, выход на открытый рынок акций и, следовательно, привлечение неограниченного числа акционеров и их капитала на регулярной основе, доступность крупных по объему и дешевых финансовых ресурсов и т.д.

Для ведения крупного бизнеса необходима форма ОАО.

Интересно, что в рейтинге 100 крупнейших фирм мира по их капитализации Россию представляет только РАО «Газпром» (58-е место) с капитализацией 67,4 млрд долларов. На первом месте General Electric Со (США) с капитализацией 383,7 млрд долларов.

Объединяясь с кем-либо, фирма может находиться в зависимом или главенствующем положении (это возможно в вертикально интегрированных структурах). Безусловно, можно выбрать равноправные отношения с партнерами по бизнесу (что характерно для горизонтально интегрированных структур).

Положение зависимости означает, что фирма является дочерним хозяйственным обществом по отношению к основному хозяйственному обществу или товариществу или зависимым хозяйственным обществом по отношению к преобладающему. Такие объединения именуют холдингами, финансово-промышленными группами.

Главенствующее положение занимает основное хозяйственное общество или товарищество, или преобладающее общество.

В горизонтально интегрированных структурах фирма может на равных правах являться участником простого товарищества или консорциума.

Участвуя в объединениях, коммерческие организации становятся более устойчивыми, за исключением вертикально интегрированных объединений, где для дочерних фирм существует высокий риск их ликвидации, если ресурсы и функции такой фирмы исчерпаны для целей объединения.

**4. Некоммерческие организации**

Некоммерческой организацией признается организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками, за исключением потребительских кооперативов (п. 1 ст. 50 ГК РФ и п. 1 ст. 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. «О некоммерческих организациях»).

Согласно п. 2 ст. 24 Федерального закона «О некоммерческих организациях» такая организация может осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых она создана. Такой деятельностью признаются приносящее прибыль производство товаров и услуг, отвечающих целям создания некоммерческой организации, а также приобретение и реализация ценных бумаг, имущественных и неимущественных прав, участие в хозяйственных обществах и участие в товариществах на вере в качестве вкладчика.

Расходование полученной прибыли возможно только в целях, для которых создана некоммерческая организация. В соответствии со ст. 13 Закона «О некоммерческих организациях» некоммерческая организация может быть создана в результате ее учреждения, а также реорганизации существующей некоммерческой организации. Некоммерческая организация может быть учреждена одним лицом, за исключением случаев учреждения некоммерческих партнерств, ассоциаций (союзов) и иных предусмотренных ст. 15 Федерального закона «О некоммерческих организациях» случаев.

Роль некоммерческих организаций в маркетинговой деятельности достаточно многогранна.

**5. Виды некоммерческих организаций, ведущих маркетинговую деятельность**

На регулярной основе вести маркетинговые исследования могут научные организации, учреждения и автономные некоммерческие организации.

Согласно ст. 5 Федерального закона «О науке и государственной научно-технической политике» научной организацией признается юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, а также общественное объединение научных работников, осуществляющее в качестве основной научную и (или) научно-техническую деятельность, подготовку научных работников и действующее в соответствии с учредительными документами научной организации.

Научные организации подразделяются на научно-исследовательские организации, научные организации образовательных учреждений высшего профессионального образования, опытно-конструкторские, проектно-конструкторские, проектно-технологические и т.д.

Свидетельство о государственной аккредитации выдается научной организации, объем научной и (или) научно-технической деятельности которой составляет не менее 70% общего объема выполняемых указанной организацией работ и уставом которой предусмотрен ученый (научный, технический, научно-технический) совет в качестве одного из органов управления.

Свидетельство о государственной аккредитации является основанием для предоставления научной организации льгот на уплату налогов, предусмотренных налоговым законодательством Российской Федерации.

Отказ в выдаче свидетельства о государственной аккредитации научной организации не может являться препятствием к осуществлению научной и (или) научно-технической деятельности.

Научная организация владеет, пользуется и распоряжается имуществом, передаваемым ей учредителями для осуществления деятельности, определенной учредительными документами.

Согласно ст. 120 ГК РФ и ст. 9 Федерального закона «О некоммерческих организациях» учреждением признается некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, научных, образовательных, социально-культурных и иных функций некоммерческого характера и финансируемая полностью или частично этим собственником. Собственник закрепляет за учреждением имущество на праве оперативного управления. Учреждение отвечает по своим обязательствам денежными средствами, и субсидиарно отвечают за него учредители.

Согласно ст. 10 Федерального закона «О некоммерческих организациях» автономной некоммерческой организацией (АНО) признается некоммерческая организация, обладающая специальной правоспособностью и предоставляющая различные услуги (в том числе в области образования, науки), приносящие прибыль. Имущество АНО целевого значения не имеет. АНО — организация, не имеющая фиксированного членства, никаких прав у учредителей в отношении АНО как юридического лица нет. АНО — собственник своего имущества, без прав на него со стороны учредителей.

Контроль за соблюдением предпринимателями принципов предпринимательской деятельности и правил бизнеса ведут саморегулируемые организации, деятельность которых наиболее заметна на финансовых рынках. Согласно ст. 2 Федерального закона от 8 августа 2001 г. «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» саморегулируемая организация — это некоммерческая организация, созданная путем объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей и имеющая своей основной целью обеспечение добросовестного осуществления профессиональной деятельности членами саморегулируемой организации.

Защиту и представление интересов предпринимателей могут осуществлять некоммерческие организации, образованные в форме союзов и ассоциаций. Статья 121 ГК РФ гласит, что ассоциация может быть объединением или только коммерческих, или только некоммерческих организаций. Ассоциации обладают специальной правоспособностью. Цели их создания: координация предпринимательской деятельности участников — членов ассоциации, формирование информационных систем, проведение консультаций, семинаров, участие в PR-компаниях, установление межрегиональных и международных связей, а также представление и защита общих имущественных интересов. При этом непосредственно предпринимательская деятельность для ассоциаций запрещена.

Например, Члены Американской Маркетинговой Ассоциации связаны нормами профессионального этического поведения, которые сформулированы в соответствующем Кодексе, опубликованы в СМИ и общеизвестны. Для заказчиков маркетинга облегчается выбор профессионального исполнителя.

Ассоциации и союзы не отвечают по обязательствам своих членов. Члены ассоциаций, в свою очередь, отвечают по обязательствам объединений субсидиарно.

Ассоциации и союзы могут создаваться на основе различных принципов, таких как:

отраслевой (союз предпринимателей машиностроительного комплекса);

территориальный (союз товаропроизводителей определенного региона);

принцип учета специфики деятельности ее членов (союз предприятий, оказывающих какие-либо услуги); принцип добровольности участия в союзе.

Учредительными документами ассоциации в соответствии с п. 1 СТ. 122 ГК РФ являются учредительный договор, подписанный ее членами, а также утвержденный ими устав. В целом это не характерно для некоммерческих организаций, так как у них, как правило, один учредительный документ — устав.

В устав ассоциации (союза) должны быть включены следующие понижения:

цель создания союза;

членство в союзе, права и обязанности членов; основные задачи ассоциации (союза);

органы управления ассоциацией и союзом

органы управления ассоциацией и союзом; порядок прекращения деятельности;

сведения о субсидиарной ответственности членов ассоциации (союза).

Поскольку ассоциации и союзы являются некоммерческими организациями, сами они не могут осуществлять предпринимательскую деятельность. Ассоциации и союзы финансируются за счет своих членов.

Управление союзом осуществляется на основе широкой демократии, активного участия входящих в него членов в решении всех вопросов. Каждый член ассоциации имеет на собрании один голос. Высшим органом управления ассоциации или союза является собрание уполномоченных, входящих в них организаций. Общее собрание для руководства текущими делами избирает председателя.

Все решения на собрании уполномоченных принимаются открытым голосованием, как правило, простым большинством голосов.

Член ассоциации может по своему усмотрению выйти из ассоциации (союза) по окончании финансового года. В этом случае он несет субсидиарную ответственность пропорционально своему взносу в течение 2 лет с момента выхода (ст. 123 ГК РФ).

Все имущество, переданное ассоциации (союзу) ее членами, а также имущество, приобретенное по другим основаниям, считается собственностью ассоциации, но после ликвидации все имущество ассоциации (союза) после выплаты всех долгов и обязательных платежей распределяется между членами ассоциации (союза) пропорционально их вкладам.

Большое значение для российского бизнеса имеет деятельность Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) как одного из наиболее авторитетных некоммерческих объединений предпринимателей России в позитивном регулировании спорных ситуаций между исполнительной властью и предпринимательским сообществом.

**5. Полное и коммандитное товарищества**

Данная организационно-правовая форма предназначена для мелких групп предпринимателей с высокой степенью доверия друг к другу. Но товарищества редко встречаются среди образованных в России коммерческих организаций. Причины этого можно обнаружить, если рассмотреть признаки данной организационно-правовой формы.

Особенностью правового регулирования хозяйственных товариществ является отсутствие специального закона, поэтому, главным образом, применяются общие нормы Гражданского кодекса РФ.

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

Полное товарищество — это товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом (ст. 69 ГК).

Основными признаками полного товарищества являются:

1. Договорное (т.е. действующее на основании учредительного договора) регистрируемое объединение двух или более лиц для совместного ведения предпринимательской деятельности под общим фирменным наименованием.
2. Финансовая деятельность полного товарищества строится на основе складочного капитала его участников.
3. Управление делами товарищества, по общему правилу, если в договоре не предусмотрено иное, происходит единогласно, однако участники могут договориться о том, что решение принимается большинством голосов товарищей. Каждый участник имеет один голос.
4. Любой товарищ действует от имени товарищества.
5. Участники товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом.
6. Никто из товарищей не может быть устранен от участия как прибылях, так и в убытках товарищества, даже если на этот счет есть специальные соглашения между участниками.
7. Участник полного товарищества может передать свою долю в имуществе товарищества или ее часть либо другому товарищу, либо третьему лицу, однако с обязательного согласия всех остальных товарищей.
8. Вхождение новых лиц в состав товарищей юридически осложнено, так как необходимо согласие всех товарищей на внесение изменений к учредительный договор.
9. Участник вправе выйти из товарищества и получить денежный эквивалент своей доли в имуществе товарищества, а при наличии соответствующего условия в учредительном договоре эта доля может быть полностью или частично выдана ему имуществом в натуре.
10. Выбывшие участники несут ответственность по всем долгам товарищества, возникшим до момента их выбытия, в течение 2 лет со дня утверждения годового отчета товарищества за год, в котором состоялось выбытие.

Необходимость привлечения в полные товарищества заемных средств позволяет провести их перерегистрацию в коммандитные товарищества (т.е. товарищества на вере).

Товариществом на вере признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом, имеется один или несколько вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности (ст. 82 ГК РФ).

Применение организационной формы товарищества приемлемо далеко не во всех областях предпринимательской области, но интересно применение хозяйственных товариществ для небольшого коллектива единомышленников, между которыми сложились доверительные отношения в их профессиональной деятельности, и они готовы вкладывать небольшой капитал, совместно управлять и распределять прибыль.

**6. Производственный кооператив (артель)**

Научные работники, объединив свое имущество и знания, могут создать кооперативную модель ведения бизнеса, где они будут иметь имущественный интерес в росте доходов.

Производственный кооператив (артель) — это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной и иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов (ст. 1 Федерального закона от 8 мая 1996 г. «О производственных кооперативах»).

Основные признаки производственного кооператива:

1. Кооператив представляет собой объединение граждан для совместного труда, при этом объединение капиталов вторично и незначительно.
2. Законом или уставом может быть предусмотрено участие в кооперативе юридических лиц, но в строгом соотношении с гражданами-участниками.
3. Единственным учредительным документом кооператива является его устав.
4. Высшим органом управления кооператива является общее собрание его членов. Исполнительным органом является правление и его председатель.
5. Имущество кооператива разделено на паи его членов в соответствии с уставом кооператива.
6. Число членов кооператива не может быть менее 5.
7. Большинство членов кооператива обязаны принимать в нем непосредственное участие своим трудом.
8. У работников кооператива повышенная мотивация, связанная с возможностью их вхождения в состав членов кооператива, а также увеличением долей за счет выбывших членов.
9. Прибыль кооператива распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием.
10. Члены кооператива несут по обязательствам кооператива субсидиарную ответственность в размерах и порядке, предусмотренных законом и уставом.
11. Члены кооператива могут выйти из него добровольно, но могут быть и исключены из него. При добровольном выходе члену кооператива должна быть выплачена стоимость пая или выдано имущество, соответствующее его паю, а также осуществлены другие выплаты, предусмотренные уставом кооператива.

В производственном кооперативе могут сформироваться достаточно стабильные управленческие и коммерческие связи, так как законодательные требования к членам производственного кооператива **и** к сделкам **с** его паями не позволяют сделать кооператив объектом захвата другими компаниями.

Например, производственный кооператив может быть создан программистами, изготавливающими компьютерную графику, где владельцы и специалисты тесно взаимосвязаны.

**7. Общество с ограниченной ответственностью**

Хозяйственные общества (общество с ограниченной ответственностью и общество с дополнительной ответственностью; закрытое и открытое акционерные общества; народное предприятие) — это коммерческие организации, создаваемые одним или несколькими лицами путем объединения (обособления) их имущества для ведения предпринимательской деятельности.

Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров (ст. 87 ГК РФ, ст. 2 Федерального закона от 8 февраля 1998 г. «Об обществах с ограниченной ответственностью»).

В настоящее время общества с ограниченной ответственностью получили широкое распространение в таких государствах континентальной Европы, как Германия, Франция и Швейцария. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) — это наиболее популярная форма предпринимательства и в России.

Можно определить основные **признаки,** вызывающие интерес к обществам с ограниченной ответственностью для создающих их лиц.

1. Это общество базируется прежде всего на объединении капиталов, а не лиц. Экономической основой деятельности ООО является включение в гражданский оборот капитала группы лиц до 50 участников или капитала одного лица на условиях ограничения предпринимательского риска участников и возможности лично осуществлять и контролировать деятельность общества.
2. Участниками ООО могут быть и граждане, и юридические лица, за исключением государственных органов и органов местного самоуправления. Финансируемые собственником учреждения могут быть участниками ООО только с разрешения собственника. Общество с ограниченной ответственностью не может иметь в качестве единственного учредителя другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.
3. Число участников общества не должно быть более 50. При превышении установленного предела оно должно быть преобразовано в течение года в акционерное общество или производственный кооператив. Ограниченный количественный состав участников дает возможность контролировать изменения в их составе в большей степени, чем в открытом акционерном обществе, но вместе с тем является определенным препятствием для привлечения инвестиций.
4. Участники общества не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.
5. Участники общества имеют возможность определить степень и вид участия в различных органах (управленческих и исполнительных) общества, но не обязаны участвовать в его деятельности.

Внутренняя структура общества подразумевает функционирование органов управления, действия которых являются действиями самого общества. Структура органов управления общества, чаще всего, двухзвенная: общее собрание участников — исполнительные органы. По решению участников структура управления может быть трехзвенная: общее собрание участников — совет директоров — исполнительные органы (правление или генеральный директор). Высшим органом управления общества является общее собрание его участников.

1. Учредительными документами являются учредительный договор и устав. Если учредителем выступает одно лицо, то только устав.
2. Уставный капитал общества составляется из вкладов его участников. Минимальный размер уставного капитала составляет 100 минимальных размеров оплаты труда.
3. По общему правилу участники общества вправе продать или уступить свою долю или ее часть другим участникам общества. Отчуждение доли третьим лицам допускается, если иное не предусмотрено уставом. При этом участники общества пользуются преимущественным правом покупки доли участника пропорционально размерам своих долей. Но уставом или соглашением участников общества может быть предусмотрен иной порядок осуществления такого права (ст. 93 ГК РФ).
4. Прием участников в общество может производиться как на стадии его учреждения, так и после этого. Порядок принятия новых участников регулируется уставом общества. Каждый новый участник несет ответственность и по тем обязательствам, которые возникли до его вступления в общество.
5. Участник общества вправе выйти из общества в любое время и независимо от согласия других участников, подав при этом письменное заявление. Ему должна быть выплачена стоимость части имущества общества, соответствующая его доли в уставном капитале общества.

Важно, что в целях привлечения заемного капитала в общество с ограниченной ответственностью законодатель предусмотрел для его участников возможность путем перерегистрации (но без проведения реорганизации) учредить общество с дополнительной ответственностью.

**Обществом с дополнительной ответственностью (ОДО)** признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Его основное отличие от общества с ограниченной ответственностью заключается в том, что здесь участники солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемых в учредительных документах (СТ. 95 ГК РФ).

Принятие участниками на себя повышенной ответственности за обязательства общества с фиксацией этого факта в уставе можно объяснить стремлением создать имидж ОДО как надежного партнера и сделать компанию более привлекательной для инвестиций.

**8. Акционерное общество**

Акционерное общество — это коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права акционеров по отношению к обществу (ст. 2 Федерального закона от 26 декабря 1995 г. «Об акционерных обществах»).

Для акционерного общества (АО) характерны следующие признаки:

1. АО базируется прежде всего на объединении капиталов, а не лиц. Экономической основой деятельности АО является включение в гражданский оборот капитала группы лиц до 50 акционеров в закрытых АО и неограниченного числа акционеров в открытых АО или капитала одного лица на условиях ограничения предпринимательского риска акционеров и возможности лично осуществлять и контролировать деятельность АО.
2. Уставный капитал АО состоит из минимальной стоимости акций АО, приобретенных участниками АО (акционерами). Номинальная стоимость акций общества должна быть одинаковой. Организация уставного капитала с помощью акций в первую очередь необходима для концентрации большого капитала, как правило, распыленного среди множества мелких участников. Как отмечается в литературе, это необходимо при реализации крупных инвестиционных проектов, которые, собственно, и вызвали к жизни эту форму коммерческих организаций1.
3. АО вправе выпускать акции и за счет этого увеличивать собственный капитал.
4. Единственным учредительным документом АО является его устав.
5. Акционерами могут быть граждане и юридические лица. Государственные органы и органы местного самоуправления не вправе выступать участниками АО. Финансируемые собственником учреждения могут быть акционерами только с разрешения собственника.
6. АО не может иметь в качестве единственного учредителя (акционера) другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.
7. Акционеры не отвечают по обязательствам АО и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций.
8. Акционеры не обязаны участвовать в деятельности АО.

Право голоса на общем собрании акционеров по вопросам, поставленным на голосование, принадлежит акционерам — владельцам обыкновенных акций, а также акционерам — владельцам привилегированных акций в случаях, специально предусмотренных Федеральным законом «Об акционерных обществах» или уставом АО.

1. По общему правилу акционеры вправе отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров и АО.
2. Структура управления при различных пакетах акций в руках акционеров позволяет выстраивать разные конфигурации прав акционеров (например, контрольные и блокирующие пакеты) и менеджеров (такая структура более приспособлена к учету интересов участников управленческих отношений).

Итак, акционерное общество является наиболее развитой, крупной и перспективной организационно-правовой формой в России.

Акционерные общества могут существовать в двух формах: открытого и закрытого акционерного общества. Между собой они различаются тем, что акции открытого акционерного общества распространяются по свободной подписке, а в закрытом акционерном обществе акции распределяются только среди его учредителей или иного, заранее определенного круга лиц.

Неодинаков для акционерных обществ и минимальный уставный капитал, определенный законом. Для закрытого акционерного общества он установлен в размере 100 минимальных размеров оплаты труда, а для открытого — в размере 1000 минимальных размеров оплаты труда.

Эмиссия акций порождает самые разнообразные имущественные отношения, а главное — позволяет привлечь неограниченный капитал в акционерное общество, и в этом заложено уникальное значение акций1.

Публичное размещение акций — это очень важная тенденция не только для отечественного фондового рынка (который доказывает свою ликвидность, увеличивает новые эффективные финансовые инструменты), но и для развития всей экономики, в которой по-прежнему большая доля теневого бизнеса и криминальных устоев.

**Литература**

1. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: Учебник для вузов/ Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; Под общ. Ред. Г.Л. Багиева. – М.: ОАО «Изд-во «Экономика»», 2006.
2. Крючкова О.Н., Попов Е.В. Маркетинг в России и за рубежом. – 2006.
3. Липсиц И.В. Коммерческая и предпринимательская деятельность. – М.: БЕК, 2007.
4. Попов Е.В. Теория маркетинга. – Екатеринбург: ИПК УГТУ, 2007.
5. Цацулин А.Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга. Уч. Пособие. Изд. 2-е. – М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 2006.
6. Цены и ценообразование / Под ред. В.Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2008.