

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В экономический лексикон термин "предпринимательство" был введен французским экономистом Ричардом Кантильоном (1725 г.), который характеризовал предпринимателя как самостоятельного производителя и собственника, деятельность которого связана с определенным хозяйственным риском.

Этапы развития предпринимательской функции:

1) первый характеризуется концентрацией внимания на несении предпринимательского риска (Ричард Кантильон);

2) второй связан с выделением инновационности, как основной его отличительной чертой (основоположник Йозеф Шумпетер);

3) третий отличается сосредоточением внимания на личностных качествах предпринимателя – способность реагировать на изменения в экономике, наличие управленческих способностей (Питер Друкер);

4) современный этап развития предпринимательской функции связан с переносом на управленческий аспект в анализе действия предпринимателя.

В экономических источниках можно найти множество определений предпринимательства:

1. Предпринимательство – это особый вид экономической активности, направленной на извлечение прибыли и основанной на самостоятельной инициативной ответственности и инновационной предпринимательской идеи.

2. Предпринимательство – особый вид бизнеса, целью которого является получение не прибыли вообще, а сверхприбыли.

3. Предпринимательство – это наука управлять, суть которой мы можем сформулировать следующим образом: погоня за возможностями без оглядки на ресурсы, которые в данный момент находятся у нас под контролем.

4. Предпринимательство – не только особый вид деятельности, а и определенные стиль и тип хозяйственного поведения, каким присущие:

- 1) **инициативность** и поиск нетрадиционных решений в сфере бизнеса;
- 2) **готовность идти на риск**;
- 3) **гибкость** и постоянное **самообновление**;
- 4) **целеустремленность** и **настойчивость** в бизнесе.

Признаки предпринимательства как особого вида деятельности:

- 1) свобода выбора направлений и методов деятельности, самостоятельность в принятии решений;
- 2) постоянное наличие фактора риска;
- 3) ориентация на достижение коммерческого успеха (выгоды);
- 4) инновационный характер деятельности.

Субъектами предпринимательской деятельности могут быть:

- граждане данного и других государств;
- юридические лица – предприятия (организации) всех форм собственности.

Не разрешается заниматься предпринимательской деятельностью таким категориям граждан: военнослужащим, должностным лицам органов прокуратуры, суда, государственной безопасности, внутренних дел, государственного арбитража, государственного нотариата, а также органов государственной власти и управления, которые осуществляют контроль за деятельностью предприятий и организаций.

Объектами предпринимательской деятельности могут быть: товар; продукт; услуга.

Целью предпринимательской деятельности является производство и предложение рынку товара, на который существует спрос и который приносит прибыль.

Роль и значение предпринимательства в экономике

1. Предпринимательство служит рычагом для изменения структуры экономики.
2. Развитие предпринимательства создает «питательную среду» для конкуренции.

3. Предпринимательство можно считать катализатором экономического развития.

4. Предпринимательство оказывает содействие экономии и рациональному использованию ресурсов.

5. Предпринимательство обеспечивает сильнодействующие стимулы к высокоэффективной работе.

6. Предпринимательство активизирует инновационную деятельность.

ТЕМА 2. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

Выбор организационно-правовой формы предприятия зависит от многих факторов:

- ответственность (неограниченная, ограниченная, неограниченная генерального партнера и ограниченная младшего партнера);
- налогообложение (налогов физических лиц, двойное налогообложение в корпорациях);
- потребность в финансовых средствах (собственных, ссудных);
- управленческие способности предпринимателя (команды менеджеров фирмы);
- предполагаемая продолжительность существования фирмы;
- возможность изменения собственника.

Широко известные три основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности:

1. Единоличное владение – это предприятие, **собственником** которого является **физическое лицо или же семья**. Она получает определенный доход (прибыль), но несет все бремя хозяйственного риска.

Единоличное владение – это **одна из простейших форм организации бизнеса.**

Преимущества единоличного владения:

- относительная простота учреждения, незначительные затраты на основание и регистрацию;
- полная самостоятельность, свобода и оперативность предпринимательских действий;
- максимально возможные побудительные мотивы к наиболее эффективному хозяйствованию;
- обеспечение конфиденциальности деятельности, сохранение коммерческой тайны.

Недостатки единоличного владения:

- имеет место трудность с привлечением больших капиталов;
- полная ответственность за долги;
- отсутствие специализированного менеджмента;
- неопределенность сроков функционирования.

2. Товарищество (партнерство) как форма организации бизнеса часто является логическим продолжением развития единоличного владения. Предусматривает объединение капиталов двух и больше отдельных физических, или юридических лиц при условиях распределения риска, прибыли и убытков на основе равенства; общего контроля результатов бизнеса; активного участия в его ведении.

По степени участия основателей (партнеров) в деятельности предприятия принято различать:

- полные (с полной ответственностью) общества;
- коммандитные общества;
- общества с дополнительной ответственностью;
- общества с ограниченной ответственностью.

Преимущества товариществ:

- более широкие возможности развития бизнеса;

- увеличенная финансовая независимость и дееспособность;
- большая свобода и оперативность хозяйственных действий; несколько партнеров обычно быстрее принимают взвешенные управленческие решения;
- дополнительные возможности развития эффективного менеджмента.

Недостатки товариществ:

- **неограниченная ответственность** любого общества может угрожать всем партнерам так же, как и единоличному собственнику;
- возможная **недостаточность опыта** хозяйствования и **несовместимость интересов** партнеров.

3. Корпорация (акционерное общество) является сейчас доминирующей формой предпринимательской деятельности, ее **собственниками считаются акционеры**, которые имеют **ограниченную ответственность** в размере своего вклада в акционерный капитал корпорации. **Вся прибыль корпорации** принадлежит ее акционерам. **Функции собственности и контроля разделены** между акционерами (держателями акций) и менеджерами.

Преимущества корпорации:

- корпорация является наиболее эффективной формой организации предпринимательской деятельности учитывая реальную возможность привлечения необходимых инвестиций;
- мощной корпорации значительно проще постоянно увеличивать объемы бизнеса;
- ограниченная ответственность совладельцев;
- корпорация может функционировать очень продолжительный период (постоянно).

Недостатки корпораций:

- имеет место определенные расхождения между функциями собственности и контроля;
- большие налоги в расчете на единицу получаемой прибыли;
- существуют потенциальные возможности для злоупотреблений со стороны должностных лиц.

2. Организационно-экономические формы предпринимательской деятельности

Среди основных организационно-экономических форм предпринимательской деятельности

- **Ассоциация** – простейшая форма договорного объединения предприятий и других предпринимательских структур с целью постоянной **координации хозяйственной деятельности**. Ассоциация (союз) **не имеет права вмешиваться** в производственную и коммерческо-финансовую **деятельность** кого-нибудь из ее участников (членов). Обычно по количеству членов ассоциации меньше союзов.

- **Консорциум** – временное уставное **объединение** промышленного и банковского капитала для реализации определенной предпринимательской идеи и **достижения общей цели** (осуществления общего значительного инновационно-инвестиционного или другого хозяйственного проекта).

- **Концерн** – финансово-промышленная **группа компаний**. Типичным является сохранение юридической и хозяйственной самостоятельности участников, но с **учётом координации со стороны доминирующих финансовых структур**. Основным преимуществом концерна является концентрация финансовых и других ресурсов.

- **Холдинг** – совокупность материнской компании и контролируемых ею дочерних компаний. Контроль материнской компании за своими дочерними обществами осуществляется как посредством доминирующего участия в их уставном капитале, так и посредством определения их хозяйственной деятельности.

ТИПЫ ВЕДЕНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В XXI ВЕКЕ *(по результатам исследования Королевского института Нидерландов)*

1. Бизнес на дому.

Основные черты:

- 1) чаще в таком формате работают предприниматели, не желающие официально регистрировать свою деятельность;
- 2) товары (реже) и услуги (чаще) производятся в домашних условиях;

3) количество потребителей невелико.

Примеры: мини-пекарни, ателье по пошиву эксклюзивной одежды, частные консалтеры и др.

Факторы «ЗА»:

- 1) небольшой риск и первоначальные вложения;
- 2) не нужен офис и дополнительный персонал;
- 3) изучив все тонкости бизнеса в уменьшенной модели, легче развиваться дальше.

Факторы «ПРОТИВ»:

- 1) если деятельность завязана на работе с клиентами, дом – не самое лучшее место для деловых переговоров;
- 2) небольшой оборот и, соответственно, скромные доходы;
- 3) крупные компании не заинтересованы работать с нелегальными предпринимателями;
- 4) сложности развития бизнеса со стороны привлечения заемных средств.

2. Бизнес по классике.

Основные черты:

- 1) наличие разрешительных документов;
- 2) возможны любые виды деятельности, привлекая широкий круг партнеров и заказчиков;
- 3) объемы производства, как и рынок сбыта, значительно больше, чем у компаний домашнего бизнеса.

Примеры: большинство современных компаний.

Факторы «ЗА»:

- 1) эта модель позволяет быстрее создать крупную организацию со значительным капиталом;
- 2) есть возможность отдать на аутсорсинг различные дополнительные услуги (например, доставку и хранение продукции).

Факторы «ПРОТИВ»:

- 1) более высокий риск;

2) более высокие затраты (аренда офиса, наем персонала, производство образцов, реклама и прочее).

3. Бизнес в сети.

Основные черты: процедура продажи товаров и услуг посредством интернет-магазинов.

Примеры: торговые сайты.

Факторы «ЗА»:

- 1) небольшая сумма начальных инвестиций и невысокий риск;
- 2) более низкие издержки позволяют устанавливать цены ниже, чем в традиционных торговых сетях;
- 3) можно обойтись небольшим количеством персонала, инвентаря и услуг;
- 4) потенциальные клиенты – все пользователи интернет.

Факторы «ПРОТИВ»:

- 1) виртуальный бизнес в любом случае требует взаимодействия с реальным миром (отгрузка товаров, бухгалтерская отчетность, банковские операции – все это может стать серьезными помехами на пути развития);
- 2) в раскрутку сайта необходимо будет постоянно вкладывать деньги;
- 3) по картинке товар может казаться привлекательнее, чем есть на самом деле.

4. Бизнес по чужой схеме (франчайзинг).

Франчайзинг – форма объединения преимуществ большого и малого бизнеса, содержанием которой есть система взаимоотношений между франчайзером (материнской компанией) и франчайзи (малыми предприятиями или отдельными бизнесменами, производственными или функционально-операционными компаниями).

Основные виды франчайзинга:

- 1) **сбытовой Ф.** – используется производителем товаров для построения разветвленной сбытовой сети, функционирование которой он контролирует;
- 2) **торговый Ф.** – используется торговой организацией для открытия сети магазинов, которые юридически не принадлежат их структурным подразделениям, филиалам или дочерним предприятиям;

3) **Ф. в сфере обслуживания** – используется при сети готелей, ресторанов, авторемонтных мастерских;

4) **производственный Ф.** – используется производителем для расширения производства товаров и их продвижения на новые рынки.

Преимущества франчайзинга:

1) привлечение значительного количества хозяйствующих субъектов;

2) осуществление предпринимательской деятельности в пределах единой маркетинговой ценовой и товарной политики без нарушения антимонопольного законодательства;

3) использование правособственником и пользователем совместной технологии ведения бизнеса;

4) уменьшение коммерческого риска привлеченных к бизнесу за счет предварительной апробации крупной фирмой технологий производства товаров (услуг);

5) получение привлеченными предпринимателями постоянных советов от большой фирмы;

6) использование на узкорегиональном рынке общепризнанной торговой марки (технологии);

7) наличие у фирмы-франчайзера преимуществ в отношениях с поставщиками.

Недостатки франчайзинга

1) необходимость соблюдения франчайзи установок и рекомендаций относительно ведения бизнеса;

2) обязательства франчайзи, кроме вступительного взноса (платы за лицензию), выплачивать франчайзеру регулярные отчисления с прибыли;

3) обязательства покупать оборудование и первичное сырье у франчайзера;

4) ошибки франчайзера в стратегических решениях ставят под удар всю совокупность франчайзи;

5) ограниченность срока действия лицензии.

ТЕМА 3. ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА. ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КАПИТАЛА

1. Предпринимательская идея, ее источники и методы поиска

Методы поиска предпринимательских идей:

1. Методы индивидуального творческого поиска.

1) **метод аналогий** предусматривает использования чего-то подобного к уже известному решению, «подсказанного», например, технической, экономической или другой литературой или «подсмотренного» в природе.

2) **метод инверсии** – специфический метод, который предусматривает такие подходы к решению новой проблемы: перевернуть «вверх ногами»; «вывернуть» на изнанку; поменять местами и т.п.

3) **метод идеализации** базируется на инициировании представления об идеальном решении проблемы, которое может «натолкнуть» на осознание какой-то новой идеи.

2. Методы коллективного поиска.

1) **метод "мозгового штурма"** сводится к творческому сотрудничеству определенной группы специалистов ради решения проблемы с помощью, например, проведения дискуссии из конкретного круга вопросов. При этом следует придерживаться таких правил:

- не допускать критики и отрицательных комментариев относительно высказываний оппонентов;

- не порицать новую идею, которой бы она не была абсурдной с точки зрения возможности ее практической реализации в современных условиях.

2) **метод конференции идей** отличается от метода «мозгового» штурма тем, что допускает доброжелательную критику в форме реплики или комментария. Считается, что такая критика может повысить ценность выдвинутых идей.

3) **метод коллективного блокнота** объединяет индивидуальное выдвижение идеи с коллективной ее оценкой. При этом каждый участник получает

блокнот, в котором изложена суть решаемой проблемы. На протяжении определенного времени (обычно месяца) каждый участник обсуждения записывает в блокнот собственные идеи относительно решения определенной проблемы. Потом блокноты получает руководитель группы участников для обобщения накопленной информации. Лишь после завершения этой процедуры организовывается творческая дискуссия и принимается соответствующее решение относительно новой предпринимательской идеи.

3. Методы активизации поиска.

1) **метод контрольных вопросов.** Его сущность состоит в том, чтобы инициировать решение обсуждаемой проблемы с помощью определенных вопросов, которые должны стимулировать собственные соображения относительно выдвинутой новой идеи. При использовании этого метода желательно иметь предварительно разработанные блоки вопросов (в многих странах Запада они существуют).

2) **метод фокальных объектов.** Сущность метода сводится к перенесению признаков случайно выбранных объектов на объект, который требует усовершенствования. Последний находится в фокусе перенесения и потому его назван фокальным. При этом может возникнуть ряд вариантов решения задачи. Опыт показывает, что применение этого метода дает хорошие результаты относительно поиска новых модификаций известных технических идей и благодаря этому дает возможность найти приемлемую предпринимательскую идею относительно разработки и освоения производства новых товаров.

3) **метод морфологического анализа** основан на использовании комбинаторики, то есть исследовании всех возможных вариантов, исходя из закономерностей строения (морфологии) объекта, который подлежит изучению и анализу. Путем комбинирования вариантов можно получить немало разных решений в процессе поиска предпринимательских идей. Этот метод делает возможный обзор всех реальных решений проблемы и выбор оптимального варианта.

2. Особенности стартапа. Заблуждения начинающих.

Стартап – первый шаг, начало предпринимательской деятельности, воплощение бизнес-идеи в практическую деятельность.

Вполне легальные способы начать собственный бизнес "с высокого старта":

1. Не стесняйтесь копировать модель уже существующего успешно работающего предприятия.
2. Разузнайте детали бизнеса, который вы хотите скопировать. Найдите или закажите готовый бизнес-план.
3. При необходимости не страшитесь привлекать партнеров.
4. Создайте свое документированное предпринимательское прошлое.

Заблуждения начинающих:

1. Слишком молод.
2. Слишком мало опыта.
3. Слишком мало знаний о бизнесе.
4. Нет соучредителя.
5. Нет идеи.
6. Нет пространства для новых стартапов.
7. Не готов брать обязательства.
8. Страх неопределенности.
9. Принято искать работу.

3. Процедура государственной регистрации нового предприятия

Название последовательных действий	Короткое содержание действия (этапа)
Решение о создании нового предприятия	Выбор видов предпринимательской деятельности. Поиск партнеров. Подготовка бизнес-плана
Собрание учредителей	Выбор организационно-правовой формы предприятия. Выборы или назначения руководителя новообразованного предприятия

Название последовательных действий	Короткое содержание действия (этапа)
Подготовка документов об учреждении	Подготовка проектов устава предприятия или договора об учреждении
Подготовительная организационная работа	Обращения в регистрационный отдел органа местной власти (консалтинговой фирмы). Получения дополнительной информации и бланков документов
Подготовка дополнительных документов (по необходимости)	Документы о регистрации юридических лиц-основателей. Договор об аренде
Услуги нотариальной конторы	Нотариальное засвидетельствование подписей руководителей фирмы, копий регистрационных удостоверений основателей и договора аренды. Уплата государственной пошлины
Обращение в банк (по необходимости)	Формирования 30% уставного фонда общества с ограниченной ответственностью на временном расчетном счете
Обращения к государственному органу регистрации	Представления необходимых документов, включая прибавлению (см. шаг4) и квитанцию об уплате регистрационного сбора
Осуществление процесса регистрации в государственном органе	Выписка и выдача свидетельства о регистрации. Направления регистрационных карточек к органу статистики и налоговой инспекции
Действия налоговой инспекции	Требование дополнительных сведений о руководителях предприятия. Осуществления отметки о регистрации. занесения в Государственный реестр юридических лиц
Действия органа статисти-	Занесения в Единый государственный реестр

Название последовательных действий	Короткое содержание действия (этапа)
ки	предприятий и организаций. Установления идентификационного кода и кодов классификационных признаков
Действия банковского учреждения	Принятия необходимых документов. Открытия текущего счета. Оформления пропусков для входа в банк служебным лицам
Регистрация предприятия в специальных фондах	Осуществления отметки о регистрации в Пенсионном фонде и Фонде Чернобылю
Обращение к местному отделу внутренних дел	Принятия необходимых документов и выдача разрешения на изготовление печати и штампов
Обращение к штемпельно-гравировальной мастерской	Изготовления печати и штампов для основанного предприятия (организации)
Лицензирование видов предпринимательской деятельности	Выдача разрешения (лицензии) на осуществление отдельных видов предпринимательской деятельности

4. Предпринимательский капитал: сущность и составные элементы.

Формирование начального (стартового) капитала.

Для осуществления бизнесовой деятельности необходимо иметь определенный стартовый капитал. Без наличия последнего не может быть предпринимательства. Чем мощнее и эффективнее является капитал предпринимателя, тем значительнее и масштабнее результаты его деятельности.

Под капиталом принято понимать материальные и денежные средства, а также интеллектуальные наработки и организаторские способности, которые используются в процессе производства и его обслуживания и являются источником и средством получения прибыли.

Предпринимательский капитал охватывает определенные капиталобразующие элементы, а именно:

1) **все технические средства производства** (здания, сооружения, оборудование, подвижный состав транспорта, инструменты и т.п.), используемые предпринимателем на законном основании (не только как объекты собственности, а и на правах аренды, лизинга, временного пользования и т.п.);

2) **материальные оборотные элементы производства** (сырье и материалы, инструменты одноразового или кратковременного использования);

3) **оборотные средства в денежной форме** (фонд оплаты труда, средства для приобретения элементов оборотных фондов, фонды обращения, в том числе денежные средства на расчетном счете в банке);

4) **интеллектуальную собственность** (если она будет воспринята производством или рынком), то есть собственно предпринимательская идея, способ изготовления сырья или готовой продукции, способ предоставления товара новых свойств и качественных характеристик – все то, что принято называть «ноу-хау».

Из сказанного следует, что **деньги становятся капиталом, если они инвестированы в предпринимательскую деятельность и приносят прибыль.**

Организация нового предприятия любого типа неизбежно связана с наличием достаточного капитала. Потребность предпринимателя в определенном объеме капитала зависит от планов его деятельности, его предпринимательской идеи, сложности и масштабности ее практической реализации. Размер начального капитала зависит от области, в которую внедряется предпринимательская идея.

Начальным принято называть капитал, который вкладывается в любое собственное дело с самого начала практической реализации предпринимательского проекта, на начальной стадии предпринимательской деятельности в целом.

Необходимый размер начального (стартового) предпринимательского капитала определяется на основе экономических расчетов относительно конкретного проекта, разработанного относительно принятой новой предпринимательской идеи.

Формирование предпринимательского капитала может осуществляться, как свидетельствует зарубежный опыт, соответственно **концепции механизма скрытых партнерских связей**, ее содержание можно свести к таким действиям (мероприятиям):

- 1) разрабатывается конкретный предпринимательский проект;
- 2) осуществляется распределение проекта на отдельные составные части;
- 3) проводится размещения заказов на производство каждой составной общего проекта (отдельного вида продукции или услуги);
- 4) по мере изготовления отдельных видов товара партнеры поставляют их автору (разработчику) целостного проекта;
- 5) предприниматель осуществляет сборочные операции, пакует и маркирует товар;
- 6) предприниматель поставляет готовый товар потребителям и получает от них деньги;
- 7) получив деньги, предприниматель рассчитывается с своими партнерами;
- 8) после окончания первого цикла изготовления и реализации продукции предприниматель начинает новый цикл, более масштабный, чем первый.

Производство товара при названных условиях можно начать почти с «нулевым» капиталом, поскольку не надо расходоваться на формирование собственных производственных мощностей, аренду, а также на все другое, что необходимо для производства.

5. Источники формирования предпринимательского капитала

Основными источниками формирования предпринимательского капитала являются:

- 1) финансовые итоги предыдущей предпринимательской деятельности;
- 2) личные сбережения (не только в денежной, а и в вещевой, товарной форме);
- 3) ссудные средства, то есть полученные в долг по определенным обязательствами.

Классификация кредитных операций:

1. В зависимости от формы обеспечения (залога):

- 1) *бланковые ссуды*, то есть ссуды без обеспечения;
- 2) *вексельные*;
- 3) *товарные и фондовые кредиты* означают кредитные операции, которые осуществляются под залог соответственно векселей, товарных ценностей (имущества) и ценных бумаг.

2. По срокам возврата:

- 1) *онкольные кредиты*, то есть кредиты до востребования, которые возвращаются по первому требованию кредитора;
- 2) *краткосрочные* (до года);
- 3) *среднесрочные* (от одного года до пяти);
- 4) *долгосрочные кредиты* (свыше пяти лет).

3. В зависимости от категории заемщика (исходя из цели привлечения средств):

- 1) для пополнения собственных оборотных средств или для инвестирования средств в основной капитал;
- 2) кредиты посредникам фондового рынка (под обеспечение ценными бумагами);
- 3) *сельскохозяйственные кредиты*;
- 4) *ипотечные кредиты* и др.

4. По характеру возврата:

- 1) *разовое возвращение* с уплатой определенного процента за пользование ими;
- 2) *в рассрочку*, то есть осуществлением нескольких последовательных платежей в пределах общей суммы кредита с учетом процента за пользование ним.

5. В зависимости от метода взыскания кредита:

- 1) в момент предоставления кредита;
- 2) в момент возвращения кредита;
- 3) *взносами* соответствующих сумм через определенные (равномерные) промежутки времени.

ТЕМА 4. ТИПОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Типы профессиональной предпринимательской деятельности.

ПД может осуществляться в двух основных видах (типах) или их комбинациях:

1) осуществление любого вида производственной деятельности (то есть производство товара, продукта, услуг).

2) выполнение посреднической функции (перемещения товаров от производителя к потребителю, торговля и т.п.).

Предпринимательская деятельность, связанная с **производством товара** может носить **основной и вспомогательный характер, традиционный либо инновационный характер.**

К основным видам ПД относят те виды, результатом функционирования которых является производство товара, готового к конечному потреблению.

Конечная целью **вспомогательных видов ПД** сводится к разработке и передаче непосредственным производителям способов, методов, приемов, применение которых в процессе производства способствует, воздействует на повышение качественных характеристик товара.

К вспомогательным видам ПД можно отнести:

- лизинг – один из видов аренды машин, оборудования, других материальных средств;

- факторинг – покупка обязательств у своих клиентов;

- инжиниринговые услуги – это инженерно-консультационные услуги, связанные с подготовкой и обеспечением процесса производства и реализации продукции, с обслуживанием строительства, эксплуатацией промышленных, сельскохозяйственных, инфраструктурных объектов;

- консалтинговые операции – платная консультация по вопросам управления.

Сущность в определении, анализе, оценке проблемы и разработке вариантов ее разрешения, а также практической реализации оздоровительных мероприятий.

ПОСРЕДНИЧЕСКАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Предпринимательская деятельность в сфере посредничества имеет своей целью интегрировать экономические интересы производителей и потребителей. Она может осуществляться в следующих формах:

1. Агентирование.

1). Агент – лицо (физическое или юридическое) которое выступает от имени и в интересах производителя либо от имени и в интересах потребителя (принципала).

Принципал: 1) глава, хозяин; 2) основной, главный должник в обязательстве; 3) лицо, от имени которого действует агент, представитель.

2). Брокер – посредник при заключении сделок, специализирующийся по конкретным видам товаров, услуг и действующий по поручению и за счет клиента за специальное вознаграждение.

3). Комиссионер – посредник, совершающий сделки в пользу и за счет принципала (комитента), но от своего имени.

4). Консигнатор – посредник, который занимается реализацией товара со своего склада на основе договора поручения.

2. Товарно-коммерческая деятельность

1). Дилер – посредник, который занимается перепродажей товаров от своего имени и за свой счет.

2) Дистрибьютор – посредник, специализирующийся на приобретении товаров у производителей и реализующий их своим постоянным клиентам.

3). Маклер – посредник, который самостоятельно не участвует в сделке, а лишь указывает на возможность ее заключения.

4). Коммивояжер – посредник, который предлагает и продает товары покупателям по имеющимся образцам.

5). Посылторговцы – посредники, которые занимаются реализацией товаров путем рассылки каталогов своим потенциальным клиентам.

3. Биржевое предпринимательство

Биржа – организованная форма оптовой торговли.

По профилю деятельности различают: товарная биржа; фондовая биржа; валютная биржа; биржа труда.

4. Аукционная торговля

Аукцион – способ продажи товаров с публичного торга покупателю, который предложит наивысшую цену.

2. Предпринимательство в финансовой сфере.

Виды финансовых посредников

1. **Коммерческий банк** – это организация, созданная для привлечения денежных средств и размещения их от своего имени на условиях возвратности, платности и срочности. Основное назначение банка – посредничество в перемещении денежных средств от кредиторов к заемщикам и от продавцов к покупателям.

2. **Инвестиционные компании** – это финансовые посредники, которые привлекают денежные средства индивидуальных инвесторов и инвестируют их в ценные бумаги или иные виды активов. Объединение активов – вот главная задача инвестиционных компаний.

3. **Пенсионные фонды** – ФП, которые аккумулируют сбережения людей во время их активной трудовой деятельности с целью обеспечения пенсионных выплат в период, когда эта деятельность и получение связанных с ней доходов прекращается.

4. **Страховые компании** – ФП, которые покупают риск у своих клиентов, принимая на себя обязательства по частичной или полной компенсации потерь клиента при наступлении для него страхового случая.

5. **Торговцы ценными бумагами.** Три вида такой деятельности:

1) деятельность по выпуску ценных бумаг (предоставление услуг эмитентам по проведению первичного размещения ценных бумаг);

2) комиссионная деятельность по ценным бумагам (посреднические операции с ценными бумагами, выполняемые по поручению и за счет клиентов, называемые еще брокерской деятельностью);

3) коммерческая деятельность по ценным бумагам (операции с ценными бумагами, осуществляемые торговцем за счет собственных средств, или дилерская деятельность).

ТЕМА 5. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ПРОЦЕДУРА ВЫБОРА (ФОРМИРОВАНИЯ) СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1. Стратегический подход к управлению предпринимательской структуры.

Анализ среды является исходным процессом в стратегии управления, т.к. формирует базу для определения миссии и целей организации.

Внутренняя среда фирмы анализируется по следующим направлениям: маркетинг; финансы; производство; персонал; учет; организация управления.

При анализе внешней среды исследуются: экономические, политические, рыночные, технологические, международные факторы, факторы конкуренции.

Часто внешнее окружение подразделяют на две составляющих:

1. Факторы прямого воздействия (непосредственное окружение) – потребители, партнеры, поставщики, конкуренты, органы государственной власти управления, профсоюзы, законодательная база, трудовые ресурсы.

2. Факторы косвенного воздействия – состояние экономики, научно-технический прогресс, политические изменения, международные события.

Процесс определения миссии и цели фирмы состоит из следующих основных подпроцессов:

1. Определение миссии фирмы, которая выражает смысл существования.
2. Определение долгосрочных целей.
3. Определение среднесрочных целей.
4. Определение краткосрочных целей.

Выбор стратегии – это своего рода сердцевина стратегического управления. Выполнение стратегии является критическим процессом, поскольку в случае успешного осуществления приводит фирму к поставленным целям.

2. Миссия, цели и задачи в системе современной предпринимательской деятельности.

Формулирование целевой функции начинается с установления миссии фирмы, выражающей философию и смысл существования фирмы. Миссия не должна зависеть от состояния фирмы, а также форм и методов ее работы. В целом **она выражает устремленность в будущее**, показывая, на что будут направлены основные усилия и какие ценности при этом будут приоритетными.

На практике не рекомендуется формулировать миссию как "получение прибыли", хотя последняя является определяющим фактором в функционировании.

Миссия определяется высшим руководством. Существует много подходов к миссии организации, каковы цели организации.

Цель – есть конечное состояние, желаемый результат, к которому стремится предпринимательская структура.

К формированию цели определяются следующие требования: достижимость; измеримость; реальность; взаимосогласованность различных установок; нацеленность на концентрацию ресурсов и усилий; множественность целей; формулирование целей во всех областях, от которых зависит выживание фирмы.

3. Стратегии предпринимательства. Основные виды, стадии и факторы выбора.

Стратегия – комплексная программа мероприятий, которая обеспечивает реализацию миссии и достижение целей предпринимательской структуры.

В общем виде **процедура формирования стратегии включает следующие этапы:**

1). Оценка и анализ существующей стратегии

Дееспособность стратегии может определяться по помощи соответствующих критериев и условий. Основными из них есть такие: • насколько стратегия фирмы характеризуется целостностью; • насколько стратегия фирмы «вписывается» в окружающую внешнюю рыночную среду; • насколько сбалансированы между собою стратегические цели и материально-финансовые ресурсы фирмы; • насколько стратегия фирмы учитывает потенциальную возможность коммерческого риска; • насколько стратегия фирмы опирается на действия ее линейных и функциональных структур, их перспективные ориентиры и ценности и др.

2). Корректирование существующей стратегии (разработка новой стратегии) фирмы

В зависимости от того, на какой стадии жизненного цикла находится фирма в данное время, его руководство может выбрать одну из приведенных ниже базовых стратегий:

- **стратегия выживания** – это защитная стратегия, предполагающая реализацию мероприятий, направленных на управление кризисной ситуации, выход из нее в максимально короткие сроки.

- **стратегия стабилизации** – защитно-наступательная стратегия, предполагающая реализацию системы мероприятий с целью предотвращения колебаний объемов продаж и величины получаемого дохода.

- **стратегия роста** – наступательная стратегия, которую следует рассматривать как совокупность отдельных стадий и адекватных им разновидностей стратегий общего цикла роста;

- **комбинированная стратегия** предполагает комбинирование отдельных элементов вышеназванных стратегий.

3). Прогнозирование потенциально возможных предпринимательских рисков

Процесс планирования (предусмотрения) потенциально возможных хозяйственных рисков обычно охватывает такие процедуры: • определения максимально возможных критических допущений; • выявления возможностей возникновения каждой из неожиданностей и расчеты величины риска каждого вида; • разработку системы защитных (нейтрализующих) доп при условии наступления кризисной ситуации на предприятии.

4). Выбор стратегических альтернатив

Многофакторность формирования и выбора стратегии предопределяет необходимость разработки нескольких стратегических альтернатив, из которых осуществляется окончательный выбор.

ТЕМА 6. ФОРМЫ СОВМЕСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Помимо международного бизнеса, связанного с основными формами международных экономических отношений (мировой торговлей, вывозом капитала, международной миграцией рабочей силы), в рамках мирового хозяйства функционируют и развиваются отдельные формы совместного предпринимательства. К ним относятся свободные экономические зоны, технополисы, оффшорные компании и совместные предприятия.

1. Сущность и структура свободных экономических зон

Свободная экономическая зона – форма организации хозяйственной деятельности на определенной части территории страны, в рамках которой устанавливаются особые правила экономической деятельности.

СЭЗ ускоряют развитие отдельных регионов и экономики страны в целом, повышают эффективную занятость населения, уровень жизни, способствуют установлению тесных экономических связей между странами и т.д. Для инвесторов выгода от СЭЗ состоит в уменьшении затрат на рабочую силу, сырье, энергоносители и др.

На территории СЭЗ действуют льготные налоги, таможенные, валютно-финансовые и другие соответствующие условия деятельности как национальных, так и зарубежных субъектов предпринимательства. **Целью создания СЭЗ** является привлечение иностранных инвестиций, создание новых рабочих мест, освоение и внедрение в производство прогрессивных технологий, увеличения производства товаров на экспорт и для потребностей внутреннего рынка, развитие рыночной инфраструктуры, обмен передовым управленческим опытом и др.

Структура СЭЗ представлена их разновидностями:

1. **Беспошлинная зона** – выделенная часть таможенной территории государства для свободного и беспошлинного ввоза и вывоза иностранных товаров, хранящихся на складах ограниченный или неограниченный срок и после расфасовки, пересортировки и переработки предлагаются на внутренний рынок страны с оплатой пошлины или вывозятся за границу.

2. **Экспортными зонами** называют СЭЗ, деятельность которых направлена на производство товаров на экспорт, т.е. для внешней торговли.

3. Деятельность **импортно-промышленных зон** ориентирована на насыщение рынка в пределах государства, где они размещены, современными товарами, обеспечение страны новой техникой и ноу-хау в области управления.

4. **Промышленные зоны** объединяют предприятия с национальным, иностранным и совместным капиталом, расположенные на территории одной страны. Такая свободная зона не изолирована от остальной территории. Персонал предприятий проживает в населенных пунктах, прилегающих или расположенных в непосредственной близости к ней.

5. Зоны страховых и банковских услуг создаются с целью укрепления отдельных отраслей экономики, предоставление дополнительных льгот в странах страхового и банковского бизнеса.

6. Зоны технологического развития создаются на основе действующего научно-технического потенциала государства, где расположена СЭЗ, с участием иностранного капитала и использования прогрессивного оборудования, ноу-хау, иностранного менеджмента, зарубежного коммерческого и маркетингового опыта.

В странах с **различным уровнем развития экономики СЭЗ** создают в **различных целях. В развитых странах** – прежде всего для содействия национальным компаниям в выходе на внешние рынки сбыта и расширении их. **В слаборазвитых** – с целью привлечения иностранных инвестиций и одновременно передовых технологий и т.д.

2. Технополисы и опыт их создания в развитых странах

С целью активизации и ускорения инновационных процессов, содействие эффективному внедрению технических и технологических новинок создаются технополисы.

Технополис (греч. technē - ремесло, мастерство, искусство и polis - город) – высшая форма интеграции производительных сил (человека, науки, техники, информации), венчурного капитала, финансово кредитных институтов и государства в процессе производства с целью ускоренного развития отсталых регионов, углубление НТР и создания более совершенного общества.

Основными структурными элементами технополисов являются научно-исследовательские институты, крупные компании, инвестиционные банки, венчурные предприятия, консультационные фирмы по проблемам управления, вычислительные центры, государственные органы. Эти элементы располагают в промышленных зонах, научных городках и жилых кварталах. В узком смысле технополисы являются центрами новейших технологий.

В Японии сформирована концепция технополисов, в которой под руководством государства объединены три стратегические цели:

- 1) проведение исследований в сфере наукоемких технологий;
- 2) реализация японских программ регионального развития;
- 3) заимствование передового опыта процесса нововведений «Силиконовой долины» (США).

Стержнем этой концепции является национальная стратегия научно-исследовательских работ, цель которой – развитие новейших технологий, укрепления позиций Японии в международной конкуренции.

Развитие технополисов имеет **много преимуществ**. С целью реализации поставленных целей создаются новые институты и фонды для привлечения и воспитания талантливой молодежи, венчурным компаниям предоставляются кредиты под низкие проценты (в случае неудачи кредиты не возвращаются).

Важным признаком технополисов является создание атмосферы творчества, инициативы, предпринимательства, риска и т.д., которая вместе с методами подбора талантливых кадров, новых форм обучения способствует развитию всех сущностных сил человека, его способностей. При реализации такой цели развития технополисов как перераспределение национального дохода и богатства в пользу бедных районов в человеке полнее развиваются черты собственника. Преимуществами технополисов является также интеграция капиталов субъектов бизнеса, в том числе государства, и создание единой материально-технической базы.

Многие технополисы имеют следующие **недостатки**: высокая стоимость жилья; значительное загрязнение воздуха и воды; стремление достичь краткосрочных целей в ущерб долгосрочным.

3. Сущность и особенности регистрации оффшорных компаний

Небольшие государства или территории довольно часто привлекают иностранные капиталы, предоставляя компаниям налоговые и другие льготы в проведении финансово-кредитных операций. Такой бизнес компаний за пределами страны, в которой они зарегистрированы, называют оффшорным.

Оффшорный (англ. off-shore - забереговой) **бизнес** – бизнес компаний в центрах совместного предпринимательства за пределами страны, в которой он зарегистрирован, но не подпадает под действие национального законодательства, получает льготный режим для финансово-кредитных операций с иностранными резидентами в иностранной валюте.

Основными причинами возникновения и интенсивного развития оффшорного бизнеса являются:

- 1) значительно либерализованное налоговое законодательство в оффшорных регионах;
- 2) возможность регистрации в оффшорной зоне нерезидентских компаний;
- 3) высокая степень развития международных телекоммуникаций, транспортной сети, банковских услуг;
- 4) минимальные ограничения на определенные виды деловой активности;
- 5) экономическая (стабильность курса национальной валюты, либерализация внешнеэкономической деятельности и др.) и политическая стабильность.

4. Совместные предприятия и их правовой статус

Совместное предприятие – предприятие, основанное на совместном капитале отечественного предприятия с фирмами других стран, а также на совместном управлении производством и собственностью, в том числе распределении доходов.

СП является **одной из наиболее комплексных форм** долговременного экономического, научно-технического и производственного **сотрудничества**, опирающейся на объединение национальных капиталов и дополняет традиционные торгово-экономические отношения. Формирование внешнего капитала и собственности при создании СП осуществляется с учетом всех соучредителей, способствует их взаимодействию с целью непрерывного со-

вершенствования производственной базы, применению новых технологий, повышению качества продукции, ее обновлению ради улучшения конечных результатов совместной деятельности.

Дополнительными мотивами создания СП являются:

1) расширение действующих производственных мощностей со снижением издержек производства, а, следовательно, усиление конкурентоспособности продукции, на основе углубления специализации и кооперации производства, ускоренного обновления ассортимента товаров и услуг;

2) экономия капиталовложений всего комплекса ресурсов (природных, материальных, трудовых, информационных) при создании новых мощностей;

3) улучшение организационно-экономических отношений за счет обмена управленческим опытом и совершенствования маркетинговых исследований;

4) ослабление рисков (производственных, сбытовых, инвестиционных и т.д.) в период ухудшения экономической конъюнктуры;

5) проникновение на новые рынки сбыта, доступ к новым источникам сырья, энергии и др.

Опыт разных стран свидетельствует, что предприятия с использованием иностранных инвестиций, в том числе СП, обеспечивают выпуск высококачественной конкурентоспособной продукции. **Эффективность производства обусловлена многими факторами:**

- прямой заинтересованностью иностранного партнера в быстром освоении прогрессивной технологии, в ее дальнейшем совершенствовании, своевременной смене производственного оборудования, контроле за качеством продукции, разделении между партнерами всей степени риска;

- получением доступа к определенным видам техники, которую невозможно приобрести через каналы лицензионной торговли учитывая ограничения;

- существенным повышением производительности труда (в среднем вдвое);

- возможностью привлечения прогрессивной технологии через каналы прямого инвестирования, которые не требуют дополнительных затрат;
- благоприятными условиями для совершенствования производственной, отраслевой и ассортиментной структуры;
- ростом экспортного потенциала;
- возможностью комплексного получения ноу-хау (вместе с технологической документацией и технической помощью);
- созданием условий для повышения квалификации национальных кадров;
- возможностью в рамках дополнительных лицензионных соглашений в течение 2-5 лет освоить самостоятельное производство импортной продукции и др.

ТЕМА 7. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Понятие и сущность государственного регулирования экономики

Государство воздействует на экономику посредством законодательных ограничений, налоговой системы, обязательных платежей и отчислений, государственных инвестиций, субсидий, льгот, кредитования, осуществления государственных социальных и экономических программ.

Государственное регулирование экономики ставит своей главной целью **соблюдать интересы государства, общества в целом, социально незащищенных слоев населения, не забывая при этом о правах и свободе личности.**

Формы государственного регулирования экономики:

- 1) непосредственное государственное управление рядом отраслей, имеющим жизненно важное значение для экономики и общества;
- 2) налоговое регулирование;

- 3) денежно-кредитное регулирование;
- 4) бюджетное регулирование;
- 5) ценовое регулирование;
- 6) социальное регулирование;
- 7) регулирование условий труда, трудовых отношений, оплаты труда;
- 8) государственное регулирование охраны и восстановления окружающей среды;
- 9) государственное антимонопольное регулирование;
- 10) государственное внешнеэкономическое регулирование.

2. Бюджетные расходы

Под бюджетными расходами понимаются расходы на содержание института государства, а также государственные закупки товаров и услуг.

Государственные закупки разделяют на два вида:

- 1) закупки для собственного потребления государства, которые более или менее стабильны;
- 2) закупки для регулирования рынка.

Расходы государственного бюджета выполняют функции политического, социального и хозяйственного регулирования.

Величина бюджетных расходов зависит от многих факторов:

- 1) объема валового внутреннего продукта страны;
- 2) величины доходов государства, которая, в свою очередь, зависит от уровня налогообложения, собираемости налогов, неналоговых поступлений в бюджет;
- 3) предпочтениями общества в пользу перераспределительных программ и рядом других факторов.

Факторы, определяющие динамику бюджетных расходов:

- 1) экономическое развитие страны;
- 2) человеческое развитие;
- 3) научно-технический прогресс;

- 4) институциональные и политические факторы;
- 5) внешние обстоятельства.

3. Государственный сектор

Государственный сектор представляет собой комплекс хозяйственных объектов, целиком или частично принадлежащих центральным и местным государственным органам.

Значительная часть ГС – это объекты инфраструктуры, в большинстве своем **нерентабельные**. Другая часть – государственные предприятия в **сырьевых и энергетических отраслях**, где требуются большие инвестиции, а оборачиваемость капитала медленная. Рентабельность государственных фирм, как правило, ниже, чем частных.

Госсектор активно используется как средство государственного регулирования экономики. Так, в условиях ухудшения конъюнктуры, депрессии или кризиса, когда частные капиталовложения сокращаются, **инвестиции в государственный сектор, как правило, растут**.

4. Регулирование платежного баланса

Платежный баланс – это балансовый счет международных операций; это стоимостное выражение всего комплекса мирохозяйственных связей страны в форме соотношения поступлений и платежей.

Платежный баланс имеет следующие разделы:

- 1) торговый баланс – соотношение между ввозом и вывозом товаров (соотношение между экспортом и импортом товаров);
- 2) баланс услуг и некоммерческих платежей;
- 3) баланс движения капиталов и кредитов.

Основные методы государственного воздействия на состояние платежного баланса:

1. **Прямой контроль**, включая регламентацию импорта (через количественные ограничения, например) и таможенные и другие сборы, запрет или

ограничения на перевод за рубеж доходов по иностранным инвестициям и денежным трансфертам частных лиц, резкое сокращение безвозмездной помощи, вывоза краткосрочного и долгосрочного капитала и др.

2. **Дефляция (т.е. борьба с инфляцией)**, которая нацелена на решение внутриэкономических задач, но в качестве побочного эффекта улучшает и состояние платежного баланса.

3. **Изменения обменного курса.** И при твердом, и при плавающем курсе они проходят под сильным контролем и влиянием государства. Так, даже в условиях плавающего курса государство (обычно в лице центрального банка страны) обычно стремится удержать эти колебания в определенных пределах, ориентируясь на так называемые курсовые цели, дабы избежать сильных экономических потрясений.

5. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности

Государственное регулирование внешнеэкономических связей – это совокупность используемых государственными органами и службами форм, методов и инструментов воздействия на экономические отношения между странами в соответствии с государственными и национальными интересами, целями, задачами. **Основной целью** вмешательства государства во внешнеэкономическую деятельность является обеспечение экономических и политических интересов страны.

Применительно к международной торговле как главному объекту регулирования правительства используют такие **инструменты и способы воздействия:**

- 1) таможенные тарифы;
- 2) налоги;
- 3) ограничительные условия;
- 4) межгосударственные договоры и соглашения;
- 5) мероприятия по стимулированию экспорта и импорта.

Два основных направления внешнеэкономической политики правительства:

1. Фритредерство – это политика свободной торговли, при которой таможенные органы выполняют, только регистрационные функции, не взимаются экспортные или импортные пошлины, не устанавливаются какие-либо ограничения на внешнеторговый оборот.

2. Протекционизм направлен на защиту собственной промышленности, сельского хозяйства от иностранной конкуренции на внутреннем рынке.

ТЕМА 8. РЕЙДЕРСТВО КАК ВИД БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

1. Сущность сделок M&A.

M&A (mergers and acquisitions) – Слияния и поглощения

Сущность понятий "слияние" и "поглощение" в интерпретации **американского рейтингового агентства AT Kearny:**

- **слияние** – это объединение двух или более хозяйствующих субъектов, в результате которого образуется новая экономическая единица (новое юридическое лицо). При этом слившиеся компании прекращают свое автономное существование в качестве налогоплательщиков;

- **поглощение** – это объединение двух или более хозяйствующих субъектов, при котором более мелкие участники сделки прекращают свое автономное существование в качестве налогоплательщиков и становятся структурными подразделениями более крупного участника.

Целей слияний и поглощений – синергетический эффект, то есть увеличение продуктивности компании, образовавшейся после объединения предприятий, относительно суммарной эффективности этих предприятий до объединения. Синергетический эффект **достигается** за счет снижения издержек или увеличения доходов компании.

2. Рейдерство как способ недружественного поглощения.

Рейдерство (от англ.raider – захватчик) – поглощение предприятия против воли его собственника или руководителя.

Рентабельность бизнеса захвата –100-5000%.

Четыре группы рейдерства по интенсивности атаки и соблюдения законов:

1) **"белые" рейдеры** в своем арсенале используют весьма стандартный набор приемов в основном они касаются различных манипуляций с акциями и долями общества, и противоречий, и пробелов корпоративного законодательства для достижения намеченной цели;

2) **"серые" рейдеры** – ситуации, когда даже самый беспристрастный судья не разберется, кто прав, а кто виноват (что оказывается возможным ввиду несовершенства законодательства);

3) **«черные» или кровавые рейдеры** – это весьма опасный и определенно криминальный вид рейдерства. Они используют все инструменты захвата, включая и криминальные: подделка документов, регистрация компаний на подставных лиц, подкуп силовых структур, чиновников, судей и судебных приставов.

4) **гринмейл** – шантажист – это особый вид рейдерства (см. 4 вопрос темы).

3. Наиболее распространенные способы рейдерства:

1) **через акционерный капитал:** рейдеры скупают 10-15 % акций, обычно этого достаточно для того, чтобы инициировать собрание собственников и принять нужное решение, например, смена руководства;

2) **через наемное руководство:** менеджмент может просто «выводить» активы на подконтрольные рейдеру структуры или брать кредиты под залог собственности под нереальные проценты;

3) **через кредиторскую задолженность**: если у предприятия имеется несколько мелких задолженностей, рейдер скупает их и предъявляет к единовременной оплате;

4) **путем оспаривания приватизации**: условия для такого рейдерства создаются в тот момент, когда предприятие приватизируется незаконным путем.

Примеры захвата предприятий (рейдерство), популярные в Украине:

1. Заказная приватизация – создание "особых" условий на законодательном уровне для продажи объектов государственной собственности для конкретной бизнес-структуры.

2. Фиктивное банкротство предполагает перекупку менеджмента завода с целью навязывания неподъемных кредитов, продажи предприятию втридорога сырье, покупки ниже себестоимости его продукции. В результате показывается, что данный контрагент должен значительную сумму, инициируется процедура банкротства (либо санация, либо ликвидация), получается полный контроль над предприятием.

3. Дополнительная эмиссия. Процедура сводится к следующему: инициирование собрания акционеров, "перекупка" представителя государства на собрании акционеров, оно (государство в лице представителя) голосует за допэмиссию, выпускаются новые акции, тут же они выкупаются и два-три раза перепродаются. Концов ни один следователь, ни один суд не найдет.

4. Карманный регистратор. Оспаривается право собственности текущего владельца компании за счет компании-регистратора, у которого имеется документ с другим перечнем собственников. Цель – переизбрание руководителей компании; за время управления могут расти кредиторская задолженность, заключаются невыгодные контракты, распродают мелкие и средние пакеты акций.

4. Гринмейл как метод корпоративного шантажа.

Процедура классического гринмейла:

1. На открытом рынке покупается некрупный пакет акций преуспевающей корпорации
2. Производится публичная критика новоиспеченными акционерами менеджмента компании.
3. Помимо критики звучат угрозы (обещания консолидировать более крупные пакеты акций, сменить руководство, заблокировать стратегические шаги компании).

Цель – продажа своего пакета акций по завышенной цене или получение откупных за отказ от претензий.