

Правительство Самарской области
Министерство экономического развития, инвестиций и торговли
Самарской области
Некоммерческое партнерство
«Региональный центр инноваций и трансфера технологий»

ДОРОЖНАЯ КАРТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ. **ЕВРОСОЮЗ – РОССИЯ**

Методическое пособие
(издание 2-е, переработанное и дополненное)

- **Как разработать стратегию развития бизнеса?**
- **Как оценить коммерческий потенциал идеи?**
- **Как сформировать команду?**
- **Как выбрать систему налогообложения?**
- **Как защитить «ноу-хау»?**
- **Как выйти на европейский рынок?**

2012 Самара

УДК 338

ББК 65

Рецензент:

Кандидат технических наук, доцент Самарской государственной областной академии Наяновой, вице-президент НП «Поволжский клуб качества»
Е.А. Вакулич

**Борисов Е.Н., Евтеева Н.В., Иванов С.Е., Корнилов С.С.,
Серов К.Л., Филатов В.А.**

Дорожная карта предпринимателя. Евросоюз – Россия. Методическое пособие, издание 2-е, переработанное и дополненное. – Самара: типография АНО «Издательство СНЦ РАН», 2012. - 144 с.

ISBN 978-5-93424-582-6

Пособие адресовано тем, кто встал на путь создания и развития малых и средних предприятий. «Дорожная карта» - это пошаговая инструкция действий для начинающего предпринимателя от идеи до ее практического внедрения в жизнь. В пособии собран опыт более, чем 10-летней работы по созданию и развитию бизнеса, коммерциализации бизнес-идей и инновационных проектов. Рассмотрены с методической точки зрения вопросы подхода к сертификации продукции и систем менеджмента качества при вхождении на европейский рынок.

Издание пособия осуществлено при поддержке правительства Самарской области (договор № 689 от 25.12.2011г.)

УДК 338

ББК 65

ISBN 978-5-93424-582-6

© Борисов Е.Н., Евтеева Н.В.,
Иванов С.Е., Корнилов С.С.,
Серов К.Л., Филатов В.А., 2012

© АНО «Издательство СНЦ
РАН», 2012

От авторов

В этом издании авторы попытались перейти от теоретических выкладок в практическую плоскость. Данная книга представляет собой пошаговую инструкцию действий для начинающего предпринимателя от идеи до ее практического внедрения в жизнь. По сути, здесь собран опыт более чем 10-летней работы по созданию и развитию бизнеса, коммерциализации бизнес-идей и инновационных проектов.

Эта книга обращена к тем владельцам бизнес-идей, которые хотят превратить их в успешный бизнес, стать предпринимателями. В то же время, наш труд может быть интересен и тем, кто желает просто продать свою идею повыгоднее. Древние греки говорили, что каждый должен делать свое дело и не вмешивается в дела других.

Авторы благодарят Правительство Самарской области за финансовую поддержку, оказанную при написании книги.

Содержание

Раздел 1. Разработка стратегии развития бизнеса.....	3
Раздел 2. Как оценить коммерческий потенциал идеи.....	18
Раздел 3. «Кадры решают все!»	30
Раздел 4. Создание малого предприятия	38
Раздел 5. Общие вопросы защиты объектов интеллектуальной собственности	59
Раздел 6. Сертификация продукции и систем менеджмента качества при вхождении на европейский рынок.....	78
Раздел 7. «Думай сначала о малом!» - малое и среднее предпринимательство в Евросоюзе	98
Малое и среднее предпринимательство в Германии.....	106
Предпринимательство в Австрии.....	114
Предпринимательство в Венгрии.....	121
Предпринимательство в Чехии.....	129
Раздел 8. Поддержка малого и среднего инновационного бизнеса в Самарской области.....	132

Раздел 1. Разработка стратегии развития бизнеса

Любые идея, продукт или технология только тогда считаются реализованными, когда они нашли своего потребителя, а в процессе движения к нему неоднократно поучаствовали в процессе создания добавленной стоимости. Идеология создания добавленной стоимости сегодня – это не теоретические рассуждения на отвлеченную от реальности тему, а сама реальность. Важно понимать, что в тот момент, когда было принято решение получить коммерческий эффект от вложения своих интеллекта, знаний и умений, материализованных в виде конкретных бизнес-идей, продуктов или технологий (далее бизнес-идей), владелец их согласился, что вся дальнейшая деятельность по их продвижению – это конечная черед создания добавленной стоимости. В противном случае, в условиях сегодняшнего дня, все начинания обречены. В процессе создания добавленной стоимости на каждом этапе бизнес-идее прибавляются новые качества, повышающие ее стоимость. Поэтому владелец идеи должен четко представлять себе и уметь планировать весь путь продвижения его идеи от лаборатории (т.е. пункта создания) на рынок (т.е. к пункту конечного или промежуточного потребления).

Путь «от лаборатории к рынку» можно представить набором последовательно реализуемых этапов, на каждом из которых происходит определенная трансформация информации, имеющейся на первом этапе.

Итак, сначала у владельца есть только идея, которая реализуется в виде определенной технологии ее применения. Затем определяются все максимально возможные варианты применения, после чего, появляется набор продуктов, каждый из которых соответствует определенному применению.

Из набора продуктов по принципу Парето¹ определяются возможные продукты-лидеры, проводятся полевые испытания и начинается реализация продукта(ов) потребителям (рисунок 1). Таким образом, 7 этапов отделяют владельца от ничего до возможного коммерческого успеха его бизнес-идеи. Начиная с третьего этапа, владельцу бизнес-идеи рекомендуется создать свою малую компанию. Это необходимо еще и для того, чтобы иметь возможность получать серьезные финансовые ресурсы на развитие идеи, причем не только со стороны государства, но и из частных источников (например, от «бизнес-ангелов»).



Рисунок 1 – «От лаборатории к рынку»²

Вышеописанный процесс в мировой терминологии имеет четко очерченные стадии. Первый этап отражает стадию «seed», что значит «посевная», когда проводятся исследования, эксперименты, создается интеллектуальная собственность, бизнес-идея детально прорабатывается. Второй, третий и четвертый соответствуют стадии «start-up»³. Здесь

¹ 20/80, т.е. только 20% товаров и услуг приносят 80% прибыли. Важно определить эти 20%

² Филатов В.А., Корнилов С.С. / Трансфер технологий для начинающих / Учебное издание. – Изд-во ООО «БМВ и К». – 2011. – Стр.96. ISBN 978-5-903590-14-8

³ Start-up (англ. запускать) – стартап-компания – недавно созданная компания, строящая свой бизнес на основе инновационной технологии, не вышедшая на рынок или едва начавшая на него выходить и обладающая ограниченным набором ресурсов

проводится маркетинговый анализ, разрабатывается бизнес-план, получают охранные документы на объекты интеллектуальной собственности. Появляется продукт или продукты. Пятый и шестой этап представляют собой стадии «a-round» и, частично, «b-round», на которых происходит производство и продажа продукта, расширение продуктового ряда, географии продаж, увеличение производственных мощностей. Завершающий этап – стадия «с-round» -характеризует стабильный бизнес и выход компании на рынок ценных бумаг в качестве заемщика (IPO), т.е. когда потребитель готов покупать не только продукт, но и саму компанию.

На каждом из этапов владелец бизнес-идеи должен обладать определенным набором знаний и умений, если он хочет добиться успеха в ее коммерциализации. Одно, несомненно, важно: какую идеологию владелец положит в основу планирования своего будущего бизнеса? Мир изменился, Россия изменилась – наша страна перешла от принятия импульсивных и тактических решений к реализации стратегий развития. И, как следствие, бизнес также должен адаптироваться, т.е. уйти от принципа «работа по ситуации» 90-х гг. к принципу «работа по плану» в условиях современности.

Поэтому сегодня роль и значимость стратегии как ключевого элемента успешного бизнеса резко повысилась. Причем, стратегию нужно понимать в двух смыслах: узком и широком. Стратегия в широком смысле – это общее направление, генеральная линия, в соответствии с которой происходит коммерциализация интеллектуального потенциала его владельца. В узком смысле стратегия – концентрированная формула, определяющая направленность действий на определенный период (например, стратегия снижения издержек), коммерциализация конкретной бизнес-идеи.

Итак, и в узком, и в широком смысле стратегия – это способ достижения цели. Далее будем рассматривать стратегию в узком смысле.

В общем виде стратегия отвечает на вопрос: как достичь желаемого, используя ограниченные ресурсы? Исходя из этого, стратегия включает в себя четкую формулировку цели/целей, анализ внешних и внутренних возможностей и угроз, определение сценариев коммерциализации бизнес-идеи и выбор базового из них, разработку тактических планов достижения локальных целей в рамках общей цели, определение реперных точек и механизмов контроля над коммерциализацией.

Целью разработки стратегии является структурирование первоначальной бизнес-идеи, определение последовательности действий, потребностей, сроков и промежуточных результатов. Стратегия нужна для собственной ориентации и ориентации команды, которую владелец идеи привлекает к коммерциализации.

При этом стратегия должна быть адекватной и гибкой. Это значит, что ни одна, даже суперотличная бизнес-идея, никогда не будет реализована на 100%, потому что на первом этапе не всегда ясно, что будет на седьмом.

К разработке стратегии нужно подходить с точки зрения двухступенчатого планирования. На первой ступени разрабатывается общее видение коммерциализации бизнес-идеи, т.е. цели, ресурсы, необходимые действия (мероприятия), ожидаемые результаты, реперные точки (индикаторы контроля), допущения и риски. На второй - осуществляется подробное планирование отдельных этапов, которое включает в себя планирование действий, сроков, мощностей и потребностей, кадров, затрат, качества, вспомогательных средств, информационных потоков.

Разработка стратегии начинается с формулировки целей. Цель – это конкретный, конечный, желаемый результат.

Цель может быть общая, частная, главная, промежуточная, второстепенная, одно- и многоальтернативная и т.д. Главное требование к

цели – чтобы она была достижима, реалистична, конкретна и понятна, измерима, определена во времени и согласована.

Недостижимые и нереалистичные цели не мотивируют и не добавляют желания их достигать. Двусмысленные, нечеткие, формулировки целей не обеспечат запланированного результата. Если цель нельзя измерить, то ее и невозможно будет контролировать и т.д.

Постановка целей в рамках стратегии можно сравнить с деревом, на макушке которого расположена глобальная (главная) цель, а на уровнях ниже – цели конкретных этапов или подэтапов. Дерево целей – это иерархически выстроенные цели. Технология построения такого дерева целей достаточно проста и может активно использоваться как один из инструментов разработки стратегии. Суть технологии заключается в следующем:

- формулируется главная цель;
- на уровне ниже формулируются те цели, от достижения которых зависит достижение главной;
- ниже формулируются следующие цели и т.д.

Таким образом, на верхнем уровне всегда будет результат, а на нижнем – средства его достижения.

Как правило, для детальной проработки достаточно пять уровней целей, включая главную, и 2-3 разветвления самого дерева (рисунок 2).

Дизайн стратегии⁴ коммерциализации бизнес-идеи может быть разным. Здесь предлагается простая форма, простая последовательность этапов описания, которая позволит владельцу идеи, особенно не имеющему опыта в разработке стратегии, подготовить содержательные ответы на

⁴ Дизайн стратегии – формализованная структура стратегии

вопросы: Чего я хочу? Чего объективно можно достичь? Какие шансы у меня имеются? Какие опасности могут возникнуть извне, при более широком взгляде? Что объективно невозможно? Что можно сделать? В чем мои сильные и слабые стороны? Что можно сделать лучше или иначе? Какими неиспользованными возможностями я еще располагаю?

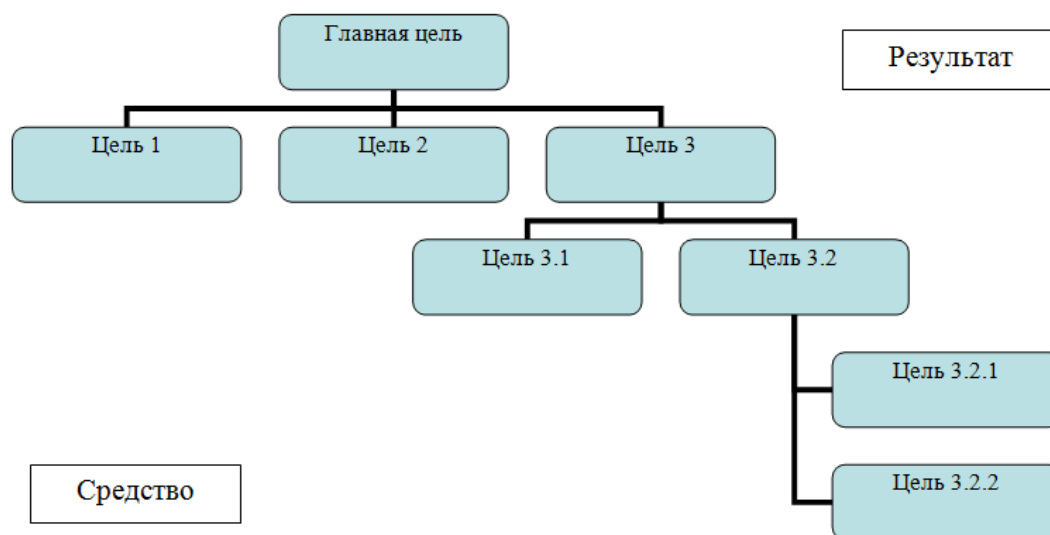


Рисунок 2 – Дерево целей

Сложность написания стратегии коммерциализации бизнес-идеи заключается в том, что в данном случае речь идет не о действующем предприятии со сформировавшимся коллективом и продуктовым рядом, как в классике стратегического менеджмента, а фактически об оценке потенциала владельца идеи и его команды. Создание и развитие предприятия – это только один блок из мероприятий стратегии коммерциализации бизнес-идеи (т.е. часть ветви дерева целей).

Рассмотрим дизайн стратегии, который предлагает Европейская комиссия в качестве руководства к действию при разработке и реализации

долгосрочных проектов развития⁵. В соответствии с этим руководством можно предложить следующую структуру стратегии:

1. Раздел «Программирование».
2. Раздел «Формулирование».
3. Раздел «Определение».
4. Раздел «Финансирование».
5. Раздел «Осуществление».
6. Раздел «Оценка».

Программирование. В данном разделе анализируется информация на национальном/региональном уровне с целью определения проблем, препятствий и возможностей коммерциализации идеи, на которые следует обратить основное внимание. В рамках программирования нужно описать внешние и внутренние факторы, которые мешают или способствуют коммерциализации идеи: макроэкономическую ситуацию, существующие социальные, гражданские, политические и регулирующие нормы, тенденции развития основных рынков и возможных конкурентов, уровень развития конкуренции и законодательства, настроение и желания потребителей, сильные и слабые стороны себя и своей команды, конкурентные преимущества бизнес-идеи и т.д. На этом этапе формулируется глобальная цель.

Определение. Идея подробно описывается, рассматриваются различные варианты ее реализации. Формулируются цели этапов. Строится дерево целей. В результате владелец идеи должен оценить уместность своей

⁵ Краткий курс управления проектным циклом / Адаптированный перевод для получателей технической помощи / Региональное Бюро поддержки Тасис в Петрозаводске. – Версия № 1. Январь 2001 г.

бизнес-идеи. Бизнес-идея уместна, когда она соответствует реальным нуждам потребителей. Главный вывод этого этапа для разработчика стратегии – моя бизнес-идея может решить какую-либо конкретную проблему потребителя (блок проблем) наилучшим для него образом.

Формулирование. Сформулированные цели расшифровываются до конкретных действий (мероприятий). Бизнес-идея оценивается на выполнимость и устойчивость. Принимается решение о выборе источника финансирования. Бизнес-идея выполнима, когда сформулированные цели реально достижимы в условиях, сложившихся на момент начала коммерциализации бизнес-идеи и в долгосрочной перспективе, цели логичны и поддаются измерениям, риски, допущения и препятствия приняты во внимание. Бизнес-идея устойчива, когда ее владелец будет получать выгоду от ее коммерциализации в будущем, т.е. когда идея превращается в устойчивый бизнес.

Финансирование. Описываются источники привлечения финансирования (государственные, частные) для коммерциализации бизнес-идеи, а также возможные механизмы привлечения такого финансирования (например, создание малого инновационного предприятия, участие в инновационном конкурсе или конкурсе на получение субсидии и т.д.).

Осуществление. В общем виде описываются действия (мероприятия) по коммерциализации бизнес-идеи.

Оценка. Четко описываются основные результаты, реперные точки, индикаторы проверки достижения стратегических целей (целей этапов). Результаты могут быть количественные и качественные. Здесь же нужно провести примерную оценку затрат на коммерциализацию.

Разработка стратегии – это, в определенном смысле, творческий процесс. Вместе с тем, существует перечень вопросов, на которые нужно

обязательно ответить при разработке стратегии коммерциализации бизнес-идеи.

Общая схема разработки стратегии представлена на рисунке 3.

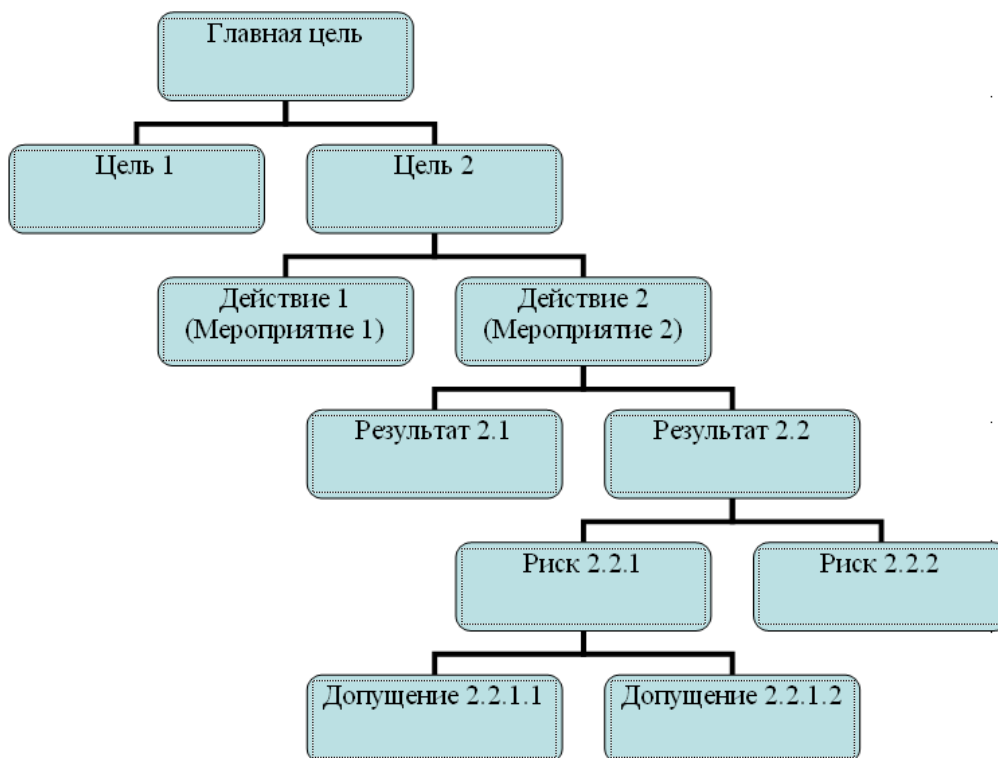


Рисунок 3 – Схема разработки стратегии

Перейдем теперь непосредственно к вопросам, которые должны облегчить владельцу бизнес-идеи процесс разработки стратегии ее коммерциализации⁶.

Раздел «Программирование».

а. Что Вы ожидаете в результате коммерциализации бизнес-идеи? Главная цель?

⁶ Перечень вопросов не является конечным, так как разработка стратегии – это творчество, в первую очередь, ее автора

- b. Есть ли у Вас команда и собственные ресурсы, в том числе финансовые (сколько?), для коммерциализации бизнес-идеи? Готовы ли Вы создать собственный бизнес? Кого Вы могли бы привлечь из своего окружения для коммерциализации бизнес-идеи? Что может стать для них мотивом, помогать Вам?*
- c. Что может помешать реализации бизнес-идеи? Возможно ли устранить эти помехи собственными силами? Если нет, то кто это может сделать?*
- d. Какие конкурентные преимущества есть у Вашей бизнес-идеи? Кто Ваши конкуренты? Есть ли похожие на Вашу бизнес-идеи?*
- e. Какая общая экономическая и политическая ситуация в стране? Является ли она стабильной? Какие прогнозы делают эксперты относительно развития рынков? Какие приоритетные направления деятельности озвучивают представители власти на федеральном уровне (Президент, Правительство, Правящая партия)? Какие направления приоритетные на региональном уровне? Изучите, какие федеральные и областные программы существуют в сфере реализации Вашей бизнес идеи и развития малого и среднего бизнеса? Изучите, на раскрывая «ноу-хау» Вашей бизнес-идеи, мнение окружающих относительно нее (друзей, знакомых, экспертов и т.д.)?*
- f. Почему предлагаемая бизнес-идея может стать основой для бизнеса? Какие бизнесы еще можно создать на основе предлагаемой бизнес-идеи?*

Раздел «Определение»

- g. Сформулируйте, что необходимо сделать в первую, вторую, третью очередь и т.д., чтобы достичь поставленной цели? Запишите это в качестве целей этапов.*
- h. Опишите, какую выгоду получите лично Вы, окружающие от реализации каждого этапа Вашей бизнес-идеи?*
- i. Постройте дерево целей и определите взаимосвязь целей? Какие конкретные проблемы решает Ваша бизнес-идея для Вас, потенциальных ее покупателей (если есть), потребителей?*
- j. Определите четко Вашу роль в коммерциализации бизнес-идеи?*
- k. Сколько у Вас есть времени на коммерциализацию бизнес-идеи до того момента как она станет неактуальной?*
- l. Есть ли в наличии все необходимые исходные данные для коммерциализации бизнес-идеи? Чего не хватает?*

Раздел «Формулирование»

- m. Сформулируете те действия, которые нужно предпринять, чтобы достичь целей этапов? Определите Вашу роль на каждом из этапов?*
- n. Четко сформулируйте результаты каждого действия? Оцените риски, т.е. то, что может помешать успешным действиям на каждом из этапов? Опишите допущения⁷, т.е. то,*

⁷ Допущения – это события, которые должны произойти или произошли, и будут способствовать эффективной коммерциализации бизнес-идеи, но на которые Вы повлиять не можете. Важно помнить, что наряду с допущениями существует предварительное условие, без реализации которого сама коммерциализация бизнес-идеи вообще не возможна. Оценка вероятности и важности допущений должна расцениваться как

что должно быть или произойти, чтобы Ваши действия были успешными?

о. Как будет осуществляться финансирование коммерциализации бизнес-идеи? Определите основной источник финансов (Вы, грант, госпрограмма и т.д.)? Насколько этот источник реален? Опишите альтернативные источники финансирования?

р. Оцените, какую выгоду Вы будете получать, когда коммерциализируете свою бизнес-идею?

Раздел «Финансирование»

q. Рассчитайте примерную стоимость реализации Вашей бизнес-идеи (это не бизнес-план!) по этапам? Постарайтесь учесть все возможные затраты, включая стоимость Вашего личного времени на разработку Стратегии?

Раздел «Осуществление»

На этом этапе заполните приведенные ниже таблицы 1 – 2.

Таблица 1 – Таблица действий и результатов

Действия (мероприятия)/ Результаты	Этап 1			Этап 2		и т.д.
	Месяц 1	Месяц 2	Месяц 1	Месяц 2	и т.д.
Действие 1						и т.д.
Результат 1						и т.д.
....						и т.д.
Действие 5						и т.д.
Результат 5						и т.д.
и т.д.						

неотъемлемая часть оценки рисков. Некоторые из них могут оказаться сверхкритичными для коммерциализации бизнес-идеи, а некоторые – совсем незначительными.

Таблица 2 – Таблица ресурсов

Действие 1	Результат 1	Ресурсы 1	Риски/Допущения 1
Действие 2	Результат 2	Ресурсы 2	Риски/Допущения 2
и т.д.			

Раздел «Оценка»

- г. Как Вы будете контролировать ход коммерциализации бизнес-идеи?*
- с. Четко опишите критерии, которые позволяют Вам считать, что цели достигнуты, совершенное действие успешно по каждому этапу?*
- т. Если что-то пойдет не по плану, что Вы будете делать? Какие действия необходимо для этого предпринять?*

Помните, что Ваша бизнес-идея должна привести к созданию продукта на порядок лучше, чем уже есть на рынке.

Прежде чем приступить к разработке стратегии коммерциализации бизнес-идеи, нужно суметь из множества бизнес-идей выбрать ту, которая наиболее конкурентоспособная и имеет наибольшие шансы для коммерциализации. О том, как правильно отбирать идеи, поговорим в следующем разделе.

Полезные ссылки к разделу 1:

Печатные издания:

1) Андрейчиков А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга - 2 изд. / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова М. : Книжный дом "Либроком", 2012 . – 248 с.

2) Ахмедов Н. Разработка инновационной стратегии, инновационной политики предприятий. Методологические основы совершенствования инновационных стратегий развития, разработка концептуальных положений инновационной политики предприятий (Print on demand). –М. : ООО "Книга по Требованию", 2011.

3) Глущенко И.И. Формирование инновационной политики и стратегии предприятия / И.И. Глущенко. – М. : АПК и ППРО, 2009. – 128 с.

4) Голов Р.С. Инновационно-синергетическое развитие промышленных организаций (теория и методология) / Р.С. Голов, А.В. Мыльник. М.: Дашков и К, 2011. – 420 с.

5) Егорова Н.Е. Малые предприятия: Предпринимательские стратегии и кооперация / Н.Е. Егорова, М.А. Маренный. – М. : 2004. – 199 с.

6) Ириков В.А. Разработка и реализация результативных программ инновационного развития предприятий и территорий. Методика и практика / В. А. Ириков. – М. : МЗ Пресс, 2011 . – 84 с.

7) Какаева А.Е. Инновационный бизнес. Стратегическое управление развитием / Какаева А.Е., Дуненкова Е.Н. – М. : Дело, 2011. -176 с.

8) Кирьяков А.Г. Основы инновационного предпринимательства / А.Г. Кирьяков, В.А. Максимов. – М. : Феникс, 2002. – 160 с.

9) Новиков Д.А., Модели и методы организационного управления инновационным развитием фирмы / Новиков Д.А., Иващенко А.А. – М. : ЛЕНАНД, 2006. – 336 с.

10) Медынский В.Г. Инновационное предпринимательство / В.Г. Медынский, Л.Г. Скамай. М. : Юнити-Дана, 2002. – 596 с.

11) Радиевский М.В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия. Учебник / М.В. Радиевский. М. : Инфра-М, 2009. – 337 с.

12) Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство / К.П. Янковский. –СПб: Питер, 2004. – 192 с.

Интернет-ресурсы:

1) <http://sbinnovation.ru> – Инновации в малом бизнесе.

2) <http://smallbusinesses.ru/> – Центр информационной поддержки малого бизнеса

3) <http://www.cfin.ru/> – Сайт «Корпоративный менеджмент»

4) <http://kit-vf.org/> – Комитет по инновациям и венчурному финансированию (КИВФ) Межрегиональной общественной организации «Московская Ассоциация предпринимателей»

5) <http://kylbakov.ru/> – Образовательный сайт Кульбакова Александра Владимировича

6) <http://www.dist-cons.ru/> – «Дистанционный консалтинг». Портал дистанционного правового консультирования предпринимателей.

Раздел 2. Как оценить коммерческий потенциал идеи

Предварительный отбор бизнес-идей

Цель предварительного отбора – отсеять заведомо бесперспективные с точки зрения коммерциализации идеи и оставить только те, которые имеют наибольший коммерческий потенциал. При этом важно перевести оценку идеи из плоскости качественных оценок в количественную. Это нужно для дальнейшего сопоставления и выбора лучшей из идей.

Методика предварительного отбора строится на сопоставлении личных возможностей автора с возможностями рынка продукта или услуги, которые будут результатом реализации данной бизнес идеи. Методики оценки бизнес-идеи приведены в таблицах 3,4.

Таблица 3 – Критерии оценки бизнес-идеи с позиции личных возможностей автора

Критерии оценки	Оценка (10 - превосходно, 1 - безнадежно плохо)
1. Наличие подходящих помещений (насколько доступны помещения с требуемой инфраструктурой, необходимые для реализации бизнес идеи)	
2. Семейные обязательства (насколько семейные обязательства позволяют заниматься реализацией бизнес идеи)	
3. Вовлечение во времени (в какой степени бизнес, построенный на реализации инновационной идеи, соответствует возможностям автора с точки зрения загрузки во времени)	
4. Требуемый капитал (насколько доступен автору капитал, необходимый для реализации бизнес идеи)	

Окончание таблицы 3

Критерии оценки	Оценка (10 - превосходно, 1 - безнадежно плохо)
5. Знание продукта/услуги (в какой степени автору знаком продукт/услуга, которые будут являться результатом реализации бизнес идеи)	
6. Знание рынка (насколько автор знаком с рынком продукта/услуги: потребители, конкуренты, поставщики, государственное регулирование)	
7. Навыки в бизнесе (в какой степени автор владеет навыками ведения собственного бизнеса)	
8. Личные предпочтения (насколько автор имеет личные склонности к ведению данного бизнеса)	
Результат (из 80 баллов)	

Рекомендуемая шкала оценок: 10 - превосходно, 9 - очень хорошо, 8 - хорошо, 7 - вполне удовлетворительно, 6 - удовлетворительно, 5 - не вполне удовлетворительно, 4 - неудовлетворительно, 3 - плохо, 2 - очень плохо, 1 - безнадежно плохо.

Таблица 4 – Критерии оценки бизнес идеи с позиции рынка

Критерии оценки	Оценка (10 - превосходно, 1 - безнадежно плохо)
1. Удовлетворенность спроса (как можно оценить спрос на продукт/услугу, являющуюся результатом реализации бизнес идеи, в сравнении с предложением)	
2. Рост рынка (как можно оценить рост рынка продукта/услуги, являющейся результатом реализации бизнес идеи)	
3. Доступность рынка (как можно оценить доступность рынка продукта/услуги, являющейся результатом реализации бизнес идеи)	

Окончание таблицы 4

Критерии оценки	Оценка (10 - превосходно, 1 - безнадежно плохо)
4. Степень конкуренции (как можно оценить возможности на рынке в связи с наличием конкурентов)	
5. Наличие рыночной ниши (как можно оценить возможность нахождения перспективной рыночной ниши для продукта/услуги, являющейся результатом реализации бизнес идеи)	
6. Уровень цен (как можно оценить возможности для установления приемлемых цен на продукт/услугу, являющуюся результатом реализации бизнес идеи)	
7. Постоянство спроса (как можно оценить стабильность спроса на продукт/услугу, являющуюся результатом реализации бизнес идеи)	
8. Потенциал рынка (как можно оценить потенциал рынка, то есть верхний предел спроса на продукт/услугу, являющуюся результатом реализации бизнес идеи)	
Результат (из 80 баллов)	

Рекомендуемая шкала оценок: 10 - превосходно, 9 - очень хорошо, 8 - хорошо, 7 - вполне удовлетворительно, 6 - удовлетворительно, 5 - не вполне удовлетворительно, 4 - неудовлетворительно, 3 - плохо, 2 - очень плохо, 1 - безнадежно плохо.

Выводы по итогам предварительной оценки бизнес идеи в зависимости от сочетания оценок с позиции личных возможностей автора и возможностей рынка можно систематизировать в виде таблицы 5.

Таблица 5 – Выводы по итогам предварительной оценки бизнес идеи

Суммарный результат		Вывод
с позиции личных возможностей автора/ коллектива авторов	с позиции возможности рынка	
От 70 до 80	От 70 до 80	Идея имеет блестящие перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 70 до 80	От 60 до 69	Идея имеет неплохие перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 70 до 80	От 50 до 59	Идея имеет определенные перспективы реализоваться под руководством автора/коллектива авторов идеи
От 70 до 80	От 40 до 49	Идея имеет смутные перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 70 до 80	Меньше 40	Автору/ коллективу авторов лучше всего заняться реализацией другой идеи
От 60 до 69	От 70 до 80	Идея имеет неплохие перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 60 до 69	От 60 до 69	Идея имеет определенные перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 60 до 69	От 50 до 59	Идея имеет смутные перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 60 до 69	Меньше 50	Автору/ коллективу авторов лучше всего заняться реализацией другой идеи
От 50 до 59	От 70 до 80	Идея имеет определенные перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 50 до 59	От 60 до 69	Идея имеет смутные перспективы реализоваться под руководством автора /коллектива авторов идеи
От 50 до 59	Меньше 60	Автору/коллективу авторов идеи следует хорошенько подумать, прежде чем заниматься реализацией каких-либо инновационных идей

Окончание таблицы 5

Суммарный результат		Вывод
с позиции личных возможностей автора/ коллектива авторов	с позиции возможности рынка	
Меньше 50	От 70 до 80	Автору/коллективу авторов идеи лучше всего выгодно продать идею или доверить ее реализацию более подготовленным к бизнесу людям
Меньше 50	От 60 до 69	Автору/коллективу авторов идеи следует продать идею или доверить ее реализацию более подготовленным к бизнесу людям
Меньше 50	От 50 до 69	Автору/коллективу авторов идеи следует, не очень торгуясь, продать идею, если найдется покупатель
Меньше 50	Меньше 50	Автору/коллективу авторов идеи следует забыть, как о данной идее, так и о бизнесе вообще

При отборе бизнес-идей будет не лишним ознакомиться с методикой оценки бизнес-потенциала идеи, которыми руководствуются участники и организаторы программы «Старт» Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере для оценки степени и глубины проработки научно-технических проектов (таблица 6).

Таблица 6 – Критерии оценки бизнес-потенциала идеи Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере

Раздел	Комментарии	Баллы
Раздел 1. Общая оценка идеи		
Уровень научного результата (идеи и т.п.), который предполагается коммерциализовать Оценка от 0 до 5 баллов		
Насколько ясно показаны научно-технические риски, которые не позволяют инвестору уже сейчас начать финансирование проекта Оценка от 0 до 3 баллов		

Продолжение таблицы 6

Раздел	Комментарии	Баллы
Уровень обоснованности проведения НИОКР, выполнение которых устранит научно-технические риски Оценка от 0 до 3 баллов		
Отражение степени компетентности заявителей в представленных публикациях Оценка от 0 до 2 баллов		
Качество патентного поиска (проверка новизны и ближайших аналогов) Оценка от 0 до 3 баллов		
Качество защиты представленных в заявке прав на интеллектуальную собственность, если она есть (при отсутствии - уровень обоснованности возможности их защиты) Оценка от 0 до 4 баллов		
Общая оценка раздела (0-20 баллов)		
Раздел 2. Коммерциализуемость научно-технических результатов		
Весомость аргументации заявителя, почему предлагаемый результат может стать основой бизнеса Оценка от 0 до 4 баллов		
Обоснованность стратегии коммерциализации Оценка от 0 до 4 баллов		
Уровень анализа потребностей рынка (ниши и масштабы), общий и платежеспособный спрос Оценка от 0 до 4 баллов		
Насколько полно приведены конкурентные (альтернативные) продукты и производители, конкурентные преимущества (технологические, ценовые и т.п.) Оценка от 0 до 4 баллов		
Уровень оценок рисков коммерциализации, согласны ли, на взгляд эксперта, потребители и инвесторы с такой оценкой рисков Оценка от 0 до 4 баллов		
Общая оценка раздела (0-20 баллов)		
Раздел 3. План действий по реализации проекта		
Полнота описания этапов работы (НИОКР, образцы, начало производства, его развитие), обоснованность представленных этапов, как представлено развитие компании по работе в целом по годам Оценка от 0 до 5 баллов		

Продолжение таблицы 6

Раздел	Комментарии	Баллы
<p>Как представлена (во времени и по методам) работа с инвестором и продвижение продукта на рынок. Имеется ли информация о контактах заявителя с инвестором и потребителями. Если да, то что у них вызывает сомнения в реализации проекта Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Насколько обоснованы смета и календарный план НИОКР (подробно - по формам в приложении - на первый год проекта) для снятия завышенного риска инвестора и укрупненно на 2-й и 3-й год реализации проекта - по завершению НИОКР для освоения продукции Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Каковы действия по защите прав на интеллектуальную собственность Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Имеются ли неопределенные моменты (риск в плане действий), намерения по их уменьшению Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Насколько ясно представлена организация управления проектом Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Общая оценка раздела (0-20 баллов)</p>		
<p>Раздел 4. План развития предприятия (ожидаемые результаты)</p>		
<p>Ясно ли представлены темпы развития малого предприятия и достигаемый уровень капитализации на третий год действия заказа (контракта) Оценка от 0 до 5 баллов</p>		
<p>Приведен ли в заявке объем коммерциализации по величине годового оборота и выработки на одного работающего к окончанию срока контракта Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Насколько реальны указанные сроки окупаемости работы Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Соотношение обоснованных объемов реализации продукции по проекту и запрошенных бюджетных средств Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Обоснован ли уровень заработной платы сотрудников малого предприятия Оценка от 0 до 3 баллов</p>		
<p>Общая оценка раздела (0-20 баллов)</p>		

Окончание таблицы 6

Раздел	Комментарии	Баллы
Раздел 5. Характеристика команды заявителей		
Уровень квалификации и научно-технический потенциал участников конкурса Оценка от 0 до 5 баллов		
Как могут повлиять на реализацию проекта демографические данные членов коллектива Оценка от 0 до 3 баллов		
Имеется ли опыт работы с инновационными проектами у членов коллектива Оценка от 0 до 3 баллов		
Насколько полно дана информация по переходу заявителей на работу в малое предприятие Оценка от 0 до 3 баллов		
Обоснование выбора директора малого предприятия (уровень квалификации) Оценка от 0 до 3 баллов		
Уровень качества представления материалов заявки на конкурс Оценка от 0 до 3 баллов		
Общая оценка раздела (0-20 баллов)		
Резюме эксперта по заявке		
Суммарный балл по пяти разделам (максимально 100 баллов)		

Структура⁸ коммерческого потенциала бизнес идеи может быть рассмотрена с двух непротиворечивых точек зрения:

- а) с точки зрения процесса разработки продукта;
- б) с точки зрения структуры капитала будущей компании;

Бизнес-потенциал с точки зрения процесса разработки продукта включает в себя:

- научный потенциал;
- рыночный потенциал;

⁸ Методика определения коммерческого потенциала разработана коллективом ООО «ЭЖКОНА» в рамках проекта ТАСИС

- производственный потенциал;
- предпринимательский потенциал.

Составляющими научного потенциала являются: накопленные научные и опытно-конструкторские разработки; имеющиеся нематериальные активы; патентоспособность идеи; научные кадры и неотделимые от конкретных физических лиц ноу-хау и знания.

Составляющими производственного потенциала являются: имеющееся оборудование; имеющиеся технологии; наличие технически грамотного персонала; налаженные связи или возможности организации производства по кооперации; поставщики комплектующих, а также возможности и затраты по привлечению/приобретению всего вышеперечисленного.

Оценка рыночного потенциала складывается из оценки емкости рынка, т.е. максимально возможного размера рынка для конкретного продукта/технологии; оценки потребителей (в т.ч. наличия постоянных покупателей, клиентских отношений и т.п.), оценки конкурентов (в т.ч. наличия соглашений об отказе от конкуренции и т.п.), оценки деловой репутации (наличия товарных знаков, знаков обслуживания, брэндов и т.п.).

Оценка предпринимательского потенциала складывается из анализа истории выполнения проектов; оценки управляемости бизнесом в целом; личностной оценки менеджмента проекта, силы команды; оценки эффективности взаимодействия всех вышеперечисленных блоков между собой; оценка финансового потенциала (наличие начального капитала, возможность привлечения финансирования).

При любом порядке оценки потенциала важно достижение равновесного состояния между всеми вышеперечисленными блоками. С одной стороны, продукт «рождается» из взаимосвязи идеи и потребностей

рынка. Идеальный с точки зрения изобретателя продукт (технология) может не получить признания на рынке. В идеальной ситуации набор знаний и технологий позволяет разрабатывать идею, заранее основываясь на потребностях рынка.

С точки зрения структуры капитала бизнес-потенциал инновационной идеи может быть представлен следующим образом:

- кадровый потенциал;
- структурный потенциал.

К кадровому потенциалу относятся: разработчики, контракты с выдающимися специалистами в той сфере, к которой относится бизнес; хороший менеджмент; собранная вместе и обученная рабочая сила; ноу-хау и знания, неотделимые от конкретного физического лица.

Структурный потенциал – наиболее разнородная часть, к которой относятся: имущество, которое может быть вложено в предприятие, в т.ч. внеоборотные активы (здания, оборудование, инфраструктура и т.п.), и нематериальные активы, отделимые от потенциальных работников фирмы (лицензии, патенты и т.п.); инструкции и методики работы, система организации.

Каким из предложенных методов оценки будут руководствоваться авторы идей – не суть важно, важны результаты оценки и последующие выводы.

Полезные ссылки к разделу 2:

Печатные издания:

1) Ковелло Дж., Хайзелгрэн Б. Бизнес-планы. Полное справочное руководство: Пер. с англ. - М.: Лаборатория базовых знаний, 1999. – 343с.

2) Козлов А.В., Кобышев А.Н., Быстров В.Ф. Как писать бизнес-план. Пособие для руководителей малых предприятий. – СПб.: Ленинград, 1999. – 344 с.

3) Беренс В., Хавранек П. Руководство по подготовке промышленных технико-экономических исследований. - М.: Интерэксперт, 1995. – 528 с.

4) Попов В.М. (ред.) Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями. - М.: Финансы и статистика, 1997. – 360 с.

5) Радионова С.П., Радионов Н.В. Оценка инвестиционных ресурсов предприятий. Инновационный аспект. - СПб.: Альфа, 2001. – 592 с.

6) Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. - М.: Финпресс, 1998. – 416 с.

7) Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия. - М.: Юнити, 2001. – 720 с.

8) Косов В.В., Лившиц В.Н., Шахназаров А.Г. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. Вторая редакция. Официальное издание. - М.: Экономика, 2000. – 421 с.

9) Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: Пер. с англ./ Научн. ред. перевода чл.-корр. РАН И. И. Елисеева.- М.: Финансы и статистика, 1996. – 250 с.

10) Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов: Пер. с англ./ Под ред. Л.П.Белых. - М.: Банки и биржи, Юнити, 1997. – 631 с.

11) Щелков В.С., Белоусова Л.М., Черенков В.В., Федоренко А.И., Блинков В.М., Назаров М.Г., Зенкова И.А., Мадорская А.Е. Инвестиционное проектирование: практическое руководство по экономическому обоснованию

инвестиционных проектов. Научный редактор С.И. Шумилин. - М.: Финпресс, 1995. – 507 с.

12) Батлер Д. Бизнес-планирование: как начать свое дело. - СПб.: Питер, 2003. – 272 с.

13) Галенко, Г. Самарина, О. Страхова. Бизнес-планирование. Теория и практика менеджмента. - СПб.: Питер, 2004. – 384 с.

14) Янковский К. Введение в инновационное предпринимательство. - СПб.: Питер, 2004. – 192 с.

15) Александрова К. Краткий справочник предпринимателя. - СПб.: Пи-юр, 2004. – 64 с.

Интернет-ресурсы:

1) www.fasie.ru/ Конкурсы «Старт», «Умник».

Раздел 3. «Кадры решают все!»

Успех бизнес-идеи зависит от людей, ее реализующих. Главное конкурентное преимущество любого предприятия сегодня состоит в его уникальном кадровом потенциале. На сегодняшнем этапе развития общественной, экономической, политической и другой деятельности главным капиталом любой организации становятся знания и их основные носители – люди. Поэтому любому владельцу бизнес-идеи, если он хочет успешно ее коммерциализировать, необходимо иметь четкое представление о том, как в процессе коммерциализации будут создаваться новые знания, как эти знания, накапливая, сохранить, как распространить их внутри своей команды и как их эффективно применять. По сути, владельцу идеи предстоит ответить на классический вопрос теории управления знаниями и персоналом.

Проблема в том, что многие предприниматели никогда не думают в таком контексте.

Очевидно, что планирование потребности в персонале для коммерциализации бизнес-идеи — часть общего процесса планирования, причем часть стратегическая. Сколько работников, какой квалификации, когда и где потребуется? Каким образом можно привлечь персонал нужной квалификации и сократить или оптимизировать использование излишнего персонала? Как лучше использовать персонал в соответствии с его способностями, умениями и внутренней мотивацией? Каким образом обеспечить условия для развития персонала? Каких затрат потребуют запланированные мероприятия? Вот только несколько первоочередных практических вопросов, от ответов на которые зависит успешность начинаемого дела.

Оценка потребности в персонале может носить количественный и качественный характер. Количественная оценка потребности в персонале

отвечает на вопрос «Сколько?». Качественная же оценка потребности в персонале – на вопрос «Кого?». Последний вопрос более сложный, особенно, когда речь идет о подборе управленческого персонала. Численно количество управленцев определить легко. Один управленец может одновременно в поле своей деятельности держать 5-7 направлений работы / 5-7 подчиненных. Т.е. для малого предприятия в классическом его исполнении (максимальная численность до 100 человек) нужно не более 16-20 управленцев, включая директора. Либо следует пойти другим путем: определить количество ключевых работ (действий, мероприятий) в рамках всего процесса коммерциализации бизнес-идеи и за каждым из них закрепить одного ответственного, который, в свою очередь, сформирует штат своих помощников (но принцип 1 к 5 или 1 к 7 должен сохраняться). Количество инженерно-технического персонала – непосредственные исполнители – рассчитывается в зависимости от сложности выполнения работы

В зависимости от жизненного цикла предприятия к персоналу предъявляются разные качественные требования. Ниже в таблице 7 представлены основные из них.

Таблица 7 – Соотнесение стадий жизненного цикла, типов стратегии организации и особенности персонала

Стадия	Тип стратегии	Стратегии	Особенности персонала
Формирование	Предпринимательская – привлечь внимание к товару, найти своего потребителя, организовать продажу и сервис, стать привлекательным для клиента	Принимаются проекты с высокой степенью финансового риска, минимальным количеством действий. Ресурсы недостаточны для удовлетворения всех требований заказчика. В центре внимания — быстрое осуществление ближайших мер	Работники должны быть новаторами, инициативными, контактными, с долгосрочной ориентацией, готовыми рисковать, не боящимися ответственности. Малая сменяемость ведущих сотрудников.

Окончание таблицы 7

Стадия	Тип стратегии	Стратегии	Особенности персонала
Интенсивный рост	Динамический рост – нарастающий рост объемов и качества услуг и соответственно числа структур	Степень риска — меньшая. Постоянное сопоставление текущих целей и создание фундамента для будущего. Письменная фиксация политики фирмы и основных процедур	Организационная закреплённость, тесное взаимодействие, гибкость в изменяющихся условиях, проблемная ориентация персонала
Стабилизация — закрепление на рынке, достижение максимального уровня рентабельности	Прибыльность — поддержание системы в равновесии	В центре внимания — сохранение существующего уровня прибыльности. Минимизация затрат, возможно прекращение найма. Хорошо развита управленческая система. Созданы и действуют различного рода процедурные правила	Служащие, достигающие максимальных результатов (количества и качества) при невысоком уровне затрат и низком уровне риска
Спад — прекращение нерентабельного, затратного производства	Ликвидация — ликвидация части производства, продажа с максимальной выгодой, как финансовой, так и психологической	Продажа активов, устранение возможных убытков, в будущем — сокращение работающих	Работники, не приверженные фирме, готовые работать короткое время, Узко ориентированные
Возрождение	Предпринимательская/ Ликвидация — снижение объёмов, поиск нового продукта и путей оптимизации деятельности	Основное — спасти предприятие. Осуществляются действия по сокращению затрат с целью выжить в ближайшее время и обрести стабильность на длительную перспективу	Гибкость к изменяющимся условиям, ориентация на долгосрочные цели, самоотверженность, готовность переносить временный дискомфорт в условиях и оплате труда

Таким образом, в начале пути нужно ориентироваться на команду, члены которой инициативны, вовлечены в дело, энтузиасты по натуре, оптимисты. Но первую стадию неизбежно сменит вторая, третья и т.д. И от энтузиазма нужно будет все интенсивнее переходить к профессионализму и формировать команду высококвалифицированных специалистов, готовых принять на себя ключевые функции в будущем бизнесе.

Осознанное формирование кадровой политики предполагает последовательное выполнение нескольких действий: нормирование, программирование, мониторинг.

В рамках этапа нормирования важно конкретизировать образ желаемого сотрудника/члена команды и определить цели развития человеческого ресурса, с учетом того, что на более поздних этапах коммерциализации бизнес-идеи членам команды потребуются принципиально иные знания, навыки и умения, чем на первом. Весьма существенным является наличие представления об идеальном сотруднике/члене команды, требованиях к развитию определенных способностей и умений.

Программирование состоит в разработке программ, путей достижения целей кадровой работы, конкретизированных с учетом условий нынешних и возможных изменений ситуации. Здесь нужно определиться, как будет формироваться команда, какие есть основные источники рабочей силы (знакомые, друзья, университеты, биржи труда и т.п.), как будет развиваться в профессиональном плане команда?

Мониторинг предполагает определение существенных индикаторов состояния кадрового потенциала, форм и методов постоянной диагностики и развития умений и навыков работников.

Наиболее эффективным способом формулирования требований к потенциальному члену команды является профессиографический анализ.

Профессиограмма описывает наиболее значимые требования к профессиональным и (если это необходимо) к личностным качествам работника. Она определяет основные виды деятельности, осуществляемые членами команды, и перечень выполняемых операций, принципы и нормы, принятые в коллективе, применяемые средства труда, способы взаимодействия между членами команды, рабочее место, режим труда и отдыха, психограмму (требования, предъявляемые деятельностью к исполнителю, профессионально важные качества исполнителя).

Источники для привлечения персонала можно условно подразделить на внутренние и внешние.

К **внешним источникам** подбора персонала относится все то неопределенное количество людей, которые потенциально могут работать по коммерциализации бизнес-идеи. Информацией о таких людях обладают специализирующиеся на подборе специалистов организации: центры занятости, агентства по найму (кадровые агентства), самостоятельный поиск через средства массовой информации и другие коммуникационные средства.

Как правило, до принятия решения о включении кандидата в команду, ему нужно пройти несколько основных ступеней отбора:

- предварительную отборочную беседу;
- беседу по найму (интервью);
- тестирование;
- проверку рекомендаций и послужного списка;
- принятие решения.

1. **Предварительная отборочная беседа.** Беседа может проводиться различными способами. Основная цель беседы — оценка уровня образования претендента, его внешнего вида и определяющих личностных качеств.

2. **Беседа по найму (интервью).**

Существует несколько основных типов беседы по найму:

- **по схеме** – беседы носят несколько ограниченный характер, получаемая информация не дает широкого представления о заявителе, ход беседы не может быть приспособлен к особенностям кандидата, стесняет его, сужает возможности получения информации;

- **слабоформализованные** – заранее готовятся только основные вопросы, проводящий имеет возможность включать и другие, незапланированные вопросы, гибко меняя ход беседы. Интервьюер должен быть лучше подготовлен, чтобы иметь возможность видеть и фиксировать

реакции кандидатов, выбирать из спектра возможных именно те вопросы, которые в данный момент заслуживают большего внимания;

- **не по схеме** – заранее готовится список тем, которые должны быть затронуты. Для опытного интервьюера такая беседа – огромный источник информации.

3. **Тестирование.** Тестирование может позволить сформировать мнение о способности кандидата к профессиональному и должностному росту, специфике мотивации, особенностях индивидуального стиля деятельности.

4. **Проверка рекомендаций и послужного списка.** Информация рекомендательных писем или бесед с людьми, которых кандидат назвал в качестве рекомендателей, может позволить уточнить, что конкретно и с каким успехом кандидат делал на предыдущих местах работы, учебы, жительства.

5. **Принятие решения.** Сравнение кандидатов. Выбор кандидатов.

Перед началом работ по коммерциализации бизнес-идеи необходимо провести адаптацию членов команды к работе. Целенаправленная адаптация представляет собой так называемую программу ориентации работника – его ввод в структуру.

Часто в ходе проведения **общей программы ориентации** затрагиваются, как правило, следующие темы:

1) Общее представление об идее, стратегии ее коммерциализации, стадиях (этапах) коммерциализации, членах команды, с которыми предстоит работать.

2) Политика организации в области развития кадров, интенсивности труда.

3) Финансовые и нефинансовые выгоды от участия в коммерциализации идеи.

4) Дополнительные преференции от участия в коммерциализации идеи.

Руководитель, который ориентирован на создание долгосрочного бизнеса, должен осознавать важность формирования жизнеспособной команды, в основе которой лежат принципы профессионального уважения сотрудников друг к другу. Поэтому от того, насколько успешно члены команды адаптируются друг к другу, будет зависеть успешность коммерциализации бизнес-идеи.

Полезные ссылки к разделу 3:

Печатные издания:

- 1) Базаров Т.Ю. Технология центров оценки для государственных служащих. Проблемы конкурсного отбора. – М.: ИПК ГС, 1995.
- 2) Базаров Т.Ю. Управление персоналом развивающейся организации. – М.: ИПК ГС, 1996.
- 3) Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. – М.: МГУ, 1995.
- 4) Грачев М.В. Суперкадры. – М.: Дело, 1993.
- 5) Грейсон Дж.К. мл., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. – М.: Экономика, 1991.
- 6) Десслер Г. Управление персоналом. – М.: Бинум, 1997.
- 7) Кабаченко Т.О. Психология управления. – М.: Педагогическое общество России, 1996. – 383 с.
- 8) Климов Е.А. Психология профессионала. – М.: МО-ДЭК, 1996. – 400 с.
- 9) Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1994. – 493 с.

10) Пригожин А.И. Современная социология организаций. – М.: Интерпракс, 1995. – 120 с.

11) Тарасов В.К. Персонал-технология: отбор и подготовка менеджеров. – Л.: Машиностроение, 1989. – 43 с.

Раздел 4. Создание малого предприятия

Как было отмечено ранее, в определенный момент коммерциализации бизнес-идеи возникнет потребность в создании собственного малого предприятия. В данном разделе приведены некоторые аспекты этой деятельности.

Наглядно понятие субъекта малого и среднего предпринимательства представлено в таблице 8.

Таблица 8 – Условия отнесения юридического лица, индивидуального предпринимателя к субъектам малого и среднего предпринимательства⁹

№ п/п	Условие соответствия	Вид субъекта предпринимательства	Показатель	Примечания
1	Доля участия юридических лиц	Микропредприятия	Не более 25 %	Не распространяется на хозяйственные общества, созданные бюджетными научными учреждениями
		Малые предприятия		
		Средние предприятия		
2	Средняя численность работников	Микропредприятия	1-15 чел.	В т.ч. работающие по совместительству и по гражданско-правовым договорам
		Малые предприятия	до 100 чел.	
		Средние предприятия	100 – 250 чел.	
3	Выручка от реализации товаров	Микропредприятия	до 60 млн.руб.	
		Малые предприятия	до 400 млн.руб.	
		Средние предприятия	до 1000 млн.руб.	

⁹ В соответствии с критериями, установленными Федеральным законом от 24.07.2007г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»

Таким образом, в основу определения малого и среднего предприятия в России положены три базовых показателя: доля участия в предприятии юридических лиц, средняя численность работников и выручка от реализации товаров и/или услуг. Т.е. малым или средним предприятием будет считаться предприятия с выручкой менее 1 млрд. руб. и количеством сотрудников не более 250 человек.

Малый и средний бизнес может существовать в различных организационно-правовых формах. Но наиболее распространенная – общество с ограниченной ответственностью (таблица 9).

Обществом с ограниченной ответственностью признается созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли. Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

Общество не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.

Учредители общества заключают в письменной форме договор об учреждении общества, определяющий порядок осуществления ими совместной деятельности по учреждению общества, размер уставного капитала общества, размер и номинальную стоимость доли каждого из учредителей общества, а также размер, порядок и сроки оплаты таких долей в уставном капитале общества. При этом данный договор не является учредительным документом общества.

Высшим органом общества является общее собрание участников общества. Общее собрание участников общества может быть очередным или внеочередным.

Таблица 9 – Основные характеристики общества с ограниченной ответственностью

1. Уставный капитал состоит из	долей
2. Минимальный размер уставного капитала	10 000 руб.
3. Учредительные документы	Устав
4. Максимальное число участников	50
5. Порядок изменения состава участников	Изменение состава участников не связано с необходимостью внесения изменений в учредительные документы и их регистрации
6. Возможность участника передать долю (акции) другому лицу	Участник вправе продать или иным образом уступить свою долю в УК другим участникам общества или третьим лицам. Уступка доли третьим лицам может быть запрещена или ограничена уставом общества. Также в Уставе может быть запрещено или ограничено преимущественное право на приобретение доли по цене предложения третьему лицу
7. Состав органов управления организацией	1.Общее собрание участников 2.Совет директоров (не обязателен) 3.Генеральный директор (директор)
8. Кто избирает генерального директора	Только общее собрание участников
9. Нужна ли оценка неденежного имущества, вносимого при создании организации в уставный капитал, независимым оценщиком	Только, если стоимость имущества превышает 20000 руб.;
10. Как производится увеличение уставного капитала	В три этапа: 1. Принятие организацией решения об увеличении уставного капитала 2. Оплата долей 3. Внесение изменений в учредительные документы (в части изменения уставного капитала) и их регистрация в органе

Руководство текущей деятельностью общества осуществляется единоличным исполнительным органом общества (директор, генеральный директор) или единоличным исполнительным органом общества и коллегиальным исполнительным органом общества (совет директоров).

Исполнительные органы общества подотчетны общему собранию участников общества.

Для того, чтобы зарегистрировать предприятие, необходимо представить в территориальную инспекцию Федеральной налоговой службы (ИФНС) определенный пакет документов:

- нотариально заверенное заявление о государственной регистрации юридического лица при создании (форма Р11001);
- решение единственного учредителя (Протокол Общего собрания учредителей);
- Устав;
- гарантийное письмо о предоставлении юридического адреса;
- доказательство оплаты уставного капитала (выписка из банка);
- документ об оплате государственной пошлины за регистрацию юридического лица в размере 4000 руб.

В случае если в уставной капитал Общества вносится неденежный вклад, то требуется дополнительно предоставить Акт оценки передаваемого имущества и Акт приема-передачи имущества. В случае если стоимость передаваемого имущества, имущественных или неимущественных прав составляет более чем 20 тыс. руб., необходима независимая оценка.

Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения указанного в заявлении о государственной регистрации постоянно действующего исполнительного органа (дирекции).

Вместе с пакетом документов для регистрации можно также подать заявление о выдаче копии учредительных документов по форме, установленной ИФНС, и документ об уплате госпошлины за выдачу копии учредительных документов (200 руб. за 1 документ). В случае если было принято решение о переводе организации на упрощенную систему

налогообложения (УСН), то подается заявление о переходе на УСН, не позднее чем через 5 дней с момента регистрации Общества.

Государственная регистрация осуществляется в срок не более чем пять рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган. В результате налоговый орган должен выдать следующие документы:

- свидетельство о государственной регистрации юридического лица;
- свидетельство о постановке на учет Российской организации в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации;
- выписка из единого государственного реестра юридических лиц;
- в случае если подавалось заявление – копии учредительных документов юридического лица.

На рисунке 4 схематично представлена процедура регистрации юридического лица.

Особенности деятельности инновационных предприятий определяются Федеральным законом от 02.08.2009 № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности», который разрешает создание бюджетными научными учреждениями и созданными государственными академиями наук научными учреждениями малых предприятий. При этом деятельность создаваемых предприятий заключается в практическом применении результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на которые принадлежат научному учреждению.

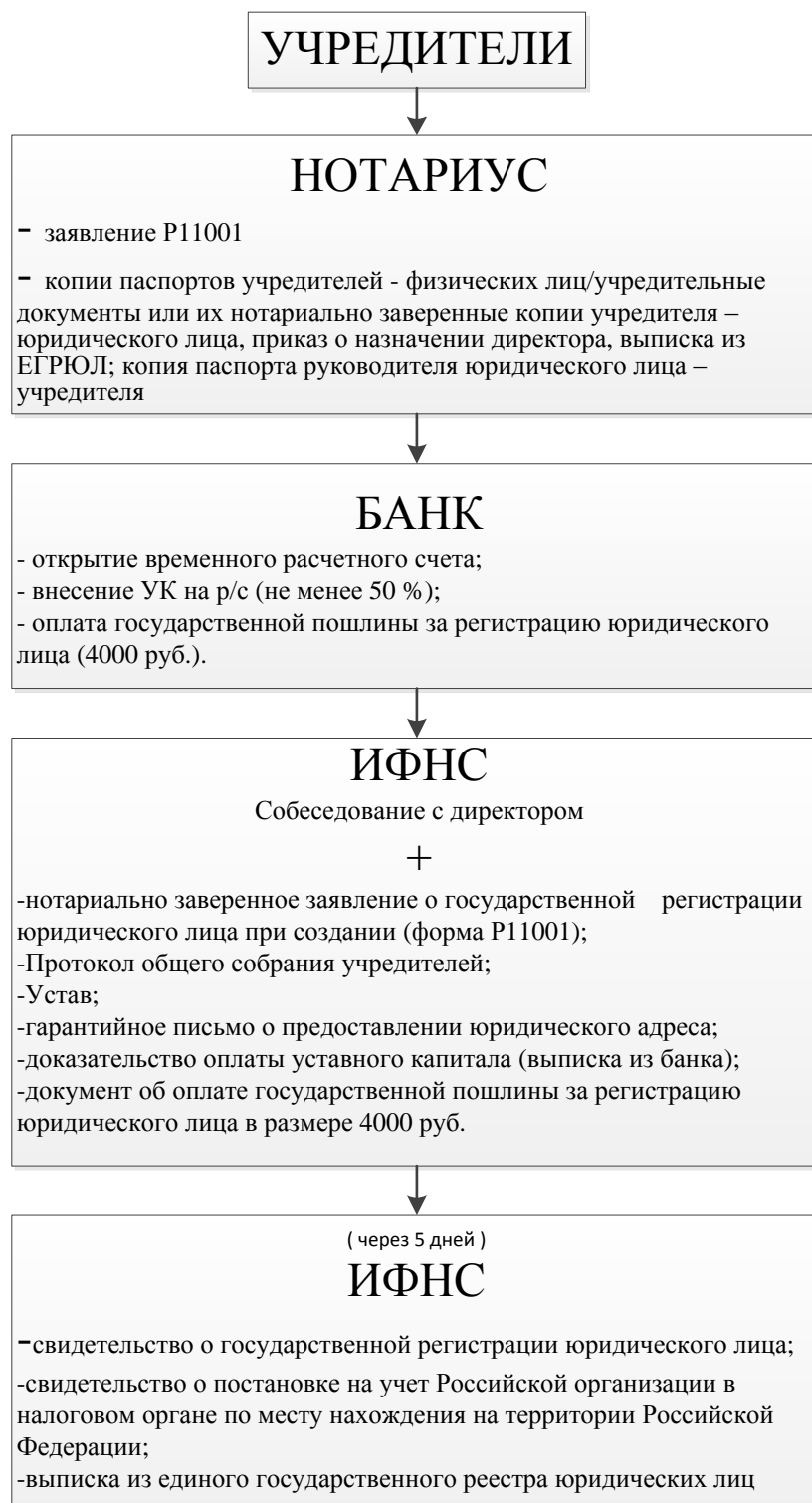


Рисунок 4 – Процедура регистрации юридического лица

Особенности организации малых инновационных предприятий (далее – МИП) приведены ниже в таблице 10.

Таблица 10 – Особенности организации МИП

1	Учредитель	бюджетные научные учреждения и созданные государственными академиями наук научные учреждения (обязательный участник), иные юридические лица и физические лица	
2	Основной ОКВЭД ¹⁰	73.10	
3	Вклад в уставной капитал осуществляется	1. Исключительными правами на результаты интеллектуальной деятельности; 2. Оборудованием, имуществом, денежными средствами (со стороны иных юридических лиц и физических лиц)	
4	Минимальная доля научного учреждения в уставном капитале	1/3 (для общества с ограниченной ответственностью)	25% (для акционерного общества)
5	Привлечение независимого оценщика	Если вклад научного учреждения составляет более 500 тыс.руб. Если вклад иного учредителя составляет более 20 тыс. руб.	

Важным этапом в развитии деятельности предприятия является выбор системы налогообложения.

При учреждении организации учредители вправе выбрать одну из нескольких предусмотренных Налоговым кодексом РФ (далее – НК РФ) систем налогообложения. Этот вопрос является одним из важнейших при создании организации, поскольку именно от выбранной системы налогообложения зависит, сколько и каких налогов должна будет уплачивать организация.

Предусмотренные законом системы налогообложения (налоговые режимы) отличаются в зависимости от того:

- *какую бухгалтерскую отчетность должен сдавать налогоплательщик;*
- *какие налоги он должен уплачивать.*

¹⁰ Общероссийский классификатор видов экономической деятельности: okvad.ru

Как правило, при создании организации учредители могут выбрать общую систему налогообложения либо специальный налоговый режим - упрощенную систему налогообложения.

Специальные налоговые режимы обладают двумя принципиальными плюсами: во-первых, отсутствует обязанность по ведению бухгалтерского учета; во-вторых, основные налоги заменяются одним налогом.

Общая система налогообложения предполагает ведение бухгалтерского учета в полном объеме (сдача балансов и иной бухгалтерской отчетности) и уплату всех общих налогов (налога на добавленную стоимость, далее – НДС, налога на прибыль, на имущество), а также отчислений с фонда оплаты труда. Плюсом данной системы налогообложения является то, что в случае, если организация получает убыток, она не платит налог на прибыль, и есть возможность этот убыток учесть в будущем (уменьшить налогооблагаемую базу налога на прибыль на сумму убытка).

Предприятие, применяющее общую систему налогообложения, исчисляет и уплачивает все налоги, предусмотренные налоговым законодательством Российской Федерации: федеральные налоги, региональные налоги, местные налоги (таблица 11).

Таблица 11 – Налоги, предусмотренные налоговым законодательством Российской Федерации

Федеральные	Региональные	Местные
<ul style="list-style-type: none"> • Налог на добавленную стоимость; • Налог на прибыль организаций; • Водный налог; • Налог на добычу полезных ископаемых; • Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов 	<ul style="list-style-type: none"> • Транспортный налог; • Налог на игорный бизнес; • Налог на имущество организаций 	<ul style="list-style-type: none"> • Земельный налог

Для малого предприятия основными налогами считаются:

- Налог на прибыль организаций (20%, в соответствии со ст. 284 НК РФ). Платится с разницы между доходом и расходом, суммы берутся без НДС. Порядок определения доходов и расходов указан в ст. 248-273 части второй Налогового кодекса РФ (НК РФ).
- НДС (ставки 18%, 10%, 0%, в соответствии со ст. 164 НК РФ). От НДС освобождаются организации в соответствии со ст. 149 НК РФ.
- Налог на имущество организаций (ставка устанавливается местным законодательством, но не более 2,2%). Платится с остаточной стоимости основных средств.
- Отчисления с фонда оплаты труда.

Помимо налогов предприятие, в зависимости от вида деятельности и системы налогообложения, обязано перечислять (в 2012 году) отчисления во внебюджетные фонды в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2009г. № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования»:

- Пенсионный фонд (ПФ) – от 8 до 22%,
- Фонд социального страхования (ФСС) – 0% - 2,9%,
- Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования (ФФОМС) – 0 – 5,1%.

Ниже для сравнения приведены основные налоговые и социальные обязательства предприятия в зависимости от выбранной системы налогообложения (рисунок 5).



Рисунок 5 – Схемы общей и упрощенной системы налогообложения

Ставка страховых тарифов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний закреплена Федеральным законом от 08.12.2010 № 331-ФЗ «О страховых тарифах на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годов» и для большинства малых предприятий составляет 0,2 %.

Ст. 58 Федерального закона от 24.07.2009г. № 212-ФЗ устанавливаются пониженные тарифы страховых взносов для определенных категорий налогоплательщиков на период 2011 – 2019 гг.

Предприятия, созданные после 13.08.2009 г. бюджетными научными учреждениями в соответствии с Федеральным законом от 23.08.1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» и образовательными учреждениями высшего профессионального образования в соответствии с Федеральным законом от 22.08.1996 г. № 125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»

применяют пониженные тарифы страховых взносов при выполнении ими следующих условий:

- осуществление научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и практическое применение результатов интеллектуальной деятельности;
- применение упрощенной системы налогообложения.

Организации, осуществляющие деятельность в области информационных технологий, применяют пониженные тарифы страховых взносов при выполнении ими следующих условий:

- организацией получен документ о государственной аккредитации организации, осуществляющей деятельность в области информационных технологий;
- доля доходов от реализации товаров и услуг по итогам девяти месяцев года, предшествующего году перехода организации на уплату пониженных страховых взносов, составляет не менее 90 процентов в сумме всех доходов организации за указанный период;
- средняя численность работников за девять месяцев года, предшествующего году перехода организации на уплату пониженных страховых взносов, составляет не менее 50 человек.

После регистрации хозяйственного общества в целях соблюдения действующего законодательства необходимо предпринять действия, схематично представленные на рисунке 6:

- 1) Заказать печать организации.
- 2) Подать заявление о переходе на УСН, не позднее чем через 5 дней с момента регистрации (если было принято решение о переводе организации на упрощенную систему налогообложения).
- 3) Зарегистрироваться во внебюджетных фондах.

Регистрация во внебюджетных фондах происходит по принципу «единого окна», в течение 5 рабочих дней на адрес организации высылается уведомление о регистрации. Однако бывают случаи, когда этот принцип не действует из-за ошибок, допущенных работниками ФНС или внебюджетных фондов. Тогда ответственность за регистрацию общества в фондах ложится на директора предприятия. В первую очередь необходимо получить уведомление из Территориального органа Федеральной службы государственной статистики. Для этого необходимо написать заявление за подписью директора общества, с печатью предприятия и приложить к нему копии свидетельств о государственной регистрации юридического лица и постановке его на учет в налоговом органе, копию выписки из ЕГРЮЛ. Комплект документов необходимо отвезти в орган статистики.

Для регистрации в Фонде социального страхования необходимы следующие документы: заявление за подписью директора общества, с печатью предприятия и приложить к нему копии уведомления Федеральной службы статистики и свидетельства о постановке на учет в налоговом органе.

Для регистрации в Пенсионном фонде необходимо написать заявление и приложить к нему копию свидетельства о постановке на учет в налоговом органе. Для получения регистрационного номера в Территориальном фонде обязательного медицинского страхования необходимо написать заявление и приложить свидетельство о государственной регистрации юридического лица.

4) Только после получения регистрационных номеров во внебюджетных фондах можно открывать расчетный счет. В течение 5 рабочих дней после этого директор общества обязан уведомить налоговую инспекцию, фонд социального страхования и пенсионный фонд об открытии счета по определенным формам.

5) Если одним из учредителей Общества является бюджетное научное учреждение (в соответствии с Федеральным законом от 02.08.2009 г. № 217-ФЗ), в течение семи дней с момента внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о государственной регистрации хозяйственного общества научным учреждением должно быть

направлено уведомление с установленным пакетом документов о создании предприятия в Министерство образования и науки Российской Федерации.

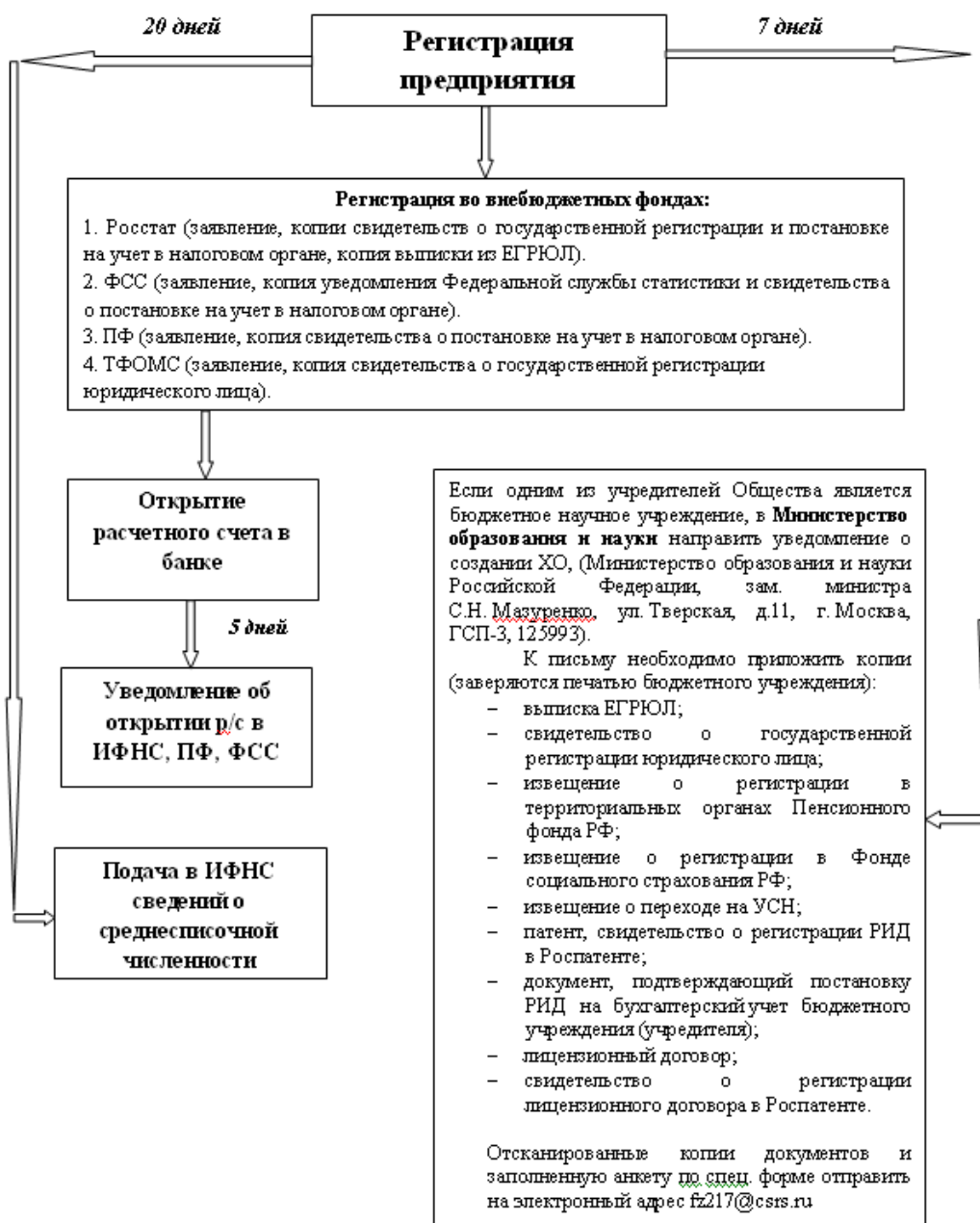


Рисунок 6 – Действия хозяйственного общества после регистрации

б) В Центр исследования и статистики науки (ЦИСН) должна быть отправлена заявка по установленной форме на электронный адрес fz217@csrs.ru.

7) В течение 20 дней после регистрации предприятия в ИФНС необходимо подать сведения о среднесписочной численности работников.

В соответствии с законодательством Российской Федерации для осуществления ряда видов деятельности (около 100) требуется получение специального разрешения (лицензии). Государство определило перечень таких видов деятельности в Федеральном законе от 04.05.2011 г. № № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности». При этом постановлениями Правительства Российской Федерации утверждены положения о лицензировании конкретных видов деятельности, которые содержат порядок получения лицензии. На территории Российской Федерации для определённого государством перечня продукции необходимо провести процедуру обязательной сертификации.

В соответствии с Федеральным законом от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» обязательная сертификация проводится только в случаях, установленных соответствующим техническим регламентом, и исключительно на соответствие требованиям технического регламента. Форма и схемы обязательного подтверждения соответствия также могут устанавливаться только техническим регламентом с учетом степени риска недостижения целей технических регламентов. Продавец вправе обратиться с заявкой на проведение обязательной сертификации в любой орган по сертификации, аккредитованный на право проведения работ по сертификации конкретной продукции.

В случае если в уставный капитал вкладывается право использования результатов интеллектуальной собственности, должен быть заключен лицензионный договор. По лицензионному договору одна сторона - обладатель исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (лицензиар) предоставляет или обязуется предоставить другой стороне (лицензиату) право

использования такого результата или такого средства в предусмотренных договором пределах. Договор заключается на возмездной основе.

В процессе ведения деятельности предприятие осуществляет ведение бухгалтерского учета в соответствии с требованиями законодательства.

Если предприятие выбрало общую систему налогообложения, то оно обязано ежеквартально сдавать следующие отчеты:

- расчетная ведомость в Фонд социального страхования (форма 4– ФСС) – до 15 числа следующего за отчетным кварталом месяца;
- расчетная ведомость в Пенсионный Фонд / Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования (форма РСВ-1) – до 15 числа второго месяца;
- персонифицированный учет – до 1 числа второго месяца;
- декларация по НДС – до 20 числа следующего месяца (сдается в ИФНС);
- декларация по налогу на прибыль – до 28 числа следующего месяца (в ИФНС);
- расчет авансовых платежей по налогу на имущество – до 30 числа следующего месяца (сдается в ИФНС только в том случае, если на балансе есть имущество);
- бухгалтерская отчетность – до 30 числа следующего месяца (в ИФНС)

Также предприятие, применяющее общую систему налогообложения, обязано представлять годовой отчет, включающий:

- расчетную ведомость в Фонд социального страхования (форма 4– ФСС) – до 15 января;
- декларацию по НДС – до 20 января (сдается в ИФНС);

- сведения о среднесписочной численности работников – до 20 января (в ИФНС);
- расчетную ведомость в Пенсионных Фонд /Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования (форма РСВ-1) – до 15 февраля;
- персонифицированный учет – до 15 февраля (ПФ РФ);
- декларацию по налогу на прибыль – до 28 марта (в ИФНС);
- расчет платежей по налогу на имущество – до 30 марта (в ИФНС);
- бухгалтерскую отчетность – до 31 марта (в ИФНС);
- сведения о доходах сотрудников (2-НДФЛ) – до 1 апреля (в ИФНС);
- справку-подтверждение основного вида деятельности – до 15 апреля (в ФСС).

Если же предприятие выбрало упрощенную систему налогообложения, то оно обязано сдавать следующие отчеты:

Ежеквартально:

- расчетную ведомость в Фонд социального страхования (форма 4– ФСС) – до 15 числа следующего за отчетным кварталом месяца;
- расчетная ведомость в Пенсионный Фонд/Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования (форма РСВ-1) – до 15 числа второго месяца;
- персонифицированный учет – до 1 числа второго месяца.

Раз в год:

- расчетная ведомость в Фонд социального страхования (форма 4– ФСС) – до 15 января;
- сведения о среднесписочной численности работников – до 20 января (в ИФНС);

- расчетную ведомость в Пенсионный Фонд/Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования (форма РСВ-1) и индивидуальные сведения – до 15 февраля;
- декларация по единому налогу по упрощенной системе налогообложения – до 31 марта (в ИФНС);
- книгу доходов и расходов – до 31 марта (только подписывается в ИФНС);
- сведения о доходах сотрудников (2-НДФЛ) – до 1 апреля.

Полезные ссылки к разделу 4:

Нормативно-правовые акты:

- 1) Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ «Гражданский кодекс Российской Федерации» (часть 2);
- 2) Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ «Налоговый кодекс Российской Федерации» (часть 2);
- 3) Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
- 4) Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»;
- 5) Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах»;
- 6) Федеральный закон от 02.08.2009 № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности»;
- 7) Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования

Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования»;

8) Федеральный закон от 27.11.2010 № 310-ФЗ «О внесении изменения в статью 346.12 части второй Налогового кодекса Российской Федерации»;

9) Федеральный закон № 331-ФЗ от 08.12.2010 «О страховых тарифах на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годов»;

10) Федеральный закон № 179-ФЗ от 22.12.2005 «О страховых тарифах на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний на 2006 год»;

11) Федеральный закон от 08.08.2001 № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;

12) Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании»;

13) Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»;

14) Федеральный закон от 01.04.1996 № 27-ФЗ «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования»;

15) Федеральный закон от 15.12.2001 № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»;

16) Постановление Правительства Российской Федерации № 556 от 22.07.2008 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»;

17) Приказ Минздравсоцразвития России от 06.11.2009 № 871н «Об утверждении формы расчета по начисленным и уплаченным страховым взносам на обязательное социальное страхования на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством и по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, а также по расходам на выплату страхового обеспечения»;

18) Приказ Минздравсоцразвития России от 15.03.2012 № 232н «Об утверждении формы расчета по начисленным и уплаченным страховым взносам на обязательное пенсионное страхование в пенсионный фонд Российской Федерации, страховым взносам на обязательное медицинское страхование в Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования плательщиками страховых взносов, производящими выплаты и иные вознаграждения физическим лицам, и порядка ее заполнения»;

19) Приказ ФНС России от 29.03.2007 № ММ-3-25/174 «Об утверждении формы сведений о среднесписочной численности работников за предшествующий календарный год»;

20) Постановление Правления ПФ РФ от 31.07.2006 № 192п «О формах документов индивидуального (персонифицированного) учета в системе обязательного пенсионного страхования и инструкции по их заполнению»;

21) Приказ Минздравсоцразвития России от 14.12.2009 № 987н «Об утверждении инструкции о порядке ведения индивидуального (персонифицированного) учета сведений о застрахованных лицах»;

22) Приказ Минздравсоцразвития России от 03.11.2011 № 1322н «Об утверждении формы расчета по начисленным и уплаченным взносам в пенсионный фонд Российской Федерации, применяемого при осуществлении

контроля за уплатой взносов для работодателей, уплачивающих взносы на дополнительное социальное обеспечение, и порядка его заполнения»;

23) 22.07.2003 № 67н «О формах бухгалтерской отчетности организаций»;

24) Приказ Минфина России от 31.12.2008 № 154н «Об утверждении форм книги учета доходов и расходов организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, книги учета доходов индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения на основе патента, и порядков их заполнения»;

25) Приказ ФНС России от 17.11.2010 № ММВ-7-3/611 «Об утверждении формы сведений о доходах физических лиц и рекомендаций по ее заполнению, формата сведений о доходах физических лиц в электронном виде, справочников»;

26) Приказ ФСС РФ от 12.12.2011 № 67 «Об утверждении форм сообщений банком об открытии или закрытии счета, об изменении реквизитов счета»;

27) Письмо Управления ФНС по г. Москва № 16-15/013746 от 16.02.2009 «Об уплате НДС организациями, выполняющими научно-исследовательские работы по договору».

Интернет-ресурсы:

- 1) www.rupto.ru – официальный сайт Роспатента;
- 2) www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ;
- 3) <http://smb.gov.ru/> - Федеральный портал малого и среднего предпринимательства;
- 4) <http://www.gosuslugi.ru> – портал государственных и муниципальных услуг;

5) <http://www.csrs.ru/> - официальный сайт Центра исследований и статистики науки;

6) <http://www.consultant.ru/> - официальный сайт компании «Консультант Плюс».

Раздел 5. Общие вопросы защиты объектов интеллектуальной собственности

Понятие «ноу-хау» является частью более общего понятия – интеллектуальная собственность (ИС). Понятие ИС определено Гражданским кодексом Российской Федерации и международными правовыми актами (в частности, Конвенцией, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности). Исключительное право на интеллектуальную собственность является частью имущественного комплекса предприятий. Частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации определяются имущественные, а также связанные с ними личные неимущественные отношения, которые возникают в связи с созданием, правовой охраной и использованием объектов интеллектуальной собственности (далее – ОИС).

Объекты интеллектуальной собственности можно классифицировать:

- традиционные: объекты авторского права (произведения науки, литературы и искусства), объекты патентного права (изобретения, полезные модели, промышленные образцы),
- права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, предприятий,
- нетрадиционные объекты интеллектуальной собственности (научные открытия, ноу-хау и т.д.).

Документом, удостоверяющим приоритет, авторство изобретения, полезной модели, промышленного образца и исключительное право на его использование, является патент. Обладателю патента предоставляется право запретить использование объекта интеллектуальной собственности в коммерческих целях любому юридическому или частному лицу. Государство, выдавшее патент, тем самым обязуется защищать монопольные

права патентообладателя с помощью своих правоохранительных органов – судов, прокуратуры, и так далее.

Действие патента продолжается при условии уплаты ежегодных пошлин. Причем ближе к окончанию срока действия патента размер пошлин увеличивается. При неуплате пошлины в установленный срок действие патента автоматически прекращается без уведомления об этом патентообладателя (т.е. лица, которому принадлежит патент). Патент действует в течение установленного законодательством срока при своевременной уплате государственных пошлин за поддержание патента в силе.

Любое физическое или юридическое лицо, использующее запатентованный ОИС с нарушением закона (без лицензионного договора), считается нарушителем патента. По требованию патентообладателя нарушение должно быть прекращено, а нарушитель обязан возместить патентообладателю причиненные убытки.

Правовой формой использования объектов интеллектуальной собственности третьими лицами с согласия ее владельца служат договор об уступке прав или договор о предоставлении права использования изобретения, полезной модели или промышленного образца (лицензионный договор).

Договор об уступке прав – это договор, согласно которому правообладатель полностью передает свои имущественные права другому лицу, которое становится владельцем всех прав. ОИС получает нового правообладателя со всеми вытекающими из этого последствиями.

Лицензионный договор представляет собой соглашение, по которому одна сторона предоставляет другой стороне право использования ОИС на определенных договором условиях и в определенных границах.

Лицензионные соглашения различаются по объему передаваемых прав на использование объекта. Так, известны:

- исключительная лицензия,
- полная лицензия,
- неисключительная (простая) лицензия.

Исключительная лицензия – это передача исключительного права на использование охраняемого объекта в пределах, установленных договором, с сохранением за владельцем права на его использование в части, не передаваемой по договору. Пределами ограничения права использования охраняемых объектов могут быть: срок, территория или способ использования объекта, иные условия, например, цена производимой по лицензии продукции.

Неисключительная, или простая, лицензия – это передача прав на использование охраняемых объектов другому лицу, при этом владелец сохраняет за собой все права, подтверждаемые патентом, в том числе право на предоставление лицензий третьим лицам.

Для определения технического и технологического уровня собственного ОИС, его патентоспособности и патентной чистоты, а также тенденций развития техники и технологий, проводятся патентные исследования.

В случае выхода на зарубежные рынки со своей разработкой эти патентные исследования должны быть максимально глубокими. При проведении подобных исследований надо уделить внимание патентам, которые могут служить препятствием при выходе на рынки соответствующих стран.

Если в результате патентных исследований выявлено, что предлагаемая разработка является новым техническим решением,

оформляется заявка на выдачу патента. Заявка на выдачу патента подается в Роспатент лицом, обладающим правом на получение патента (заявителем).

Важным аспектом деятельности предприятия является его идентификация среди фирм-конкурентов в глазах потенциальных потребителей. Для этого предприятие и его продукт должны обладать своим уникальным названием, логотипом и другими средствами индивидуализации.

Товарный знак и знак обслуживания – это обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических или физических лиц.

На территории Российской Федерации действует исключительное право на товарный знак, зарегистрированный федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности, а также в других случаях, предусмотренных международным договором Российской Федерации.

Государственная регистрация товарного знака осуществляется федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации.

На товарный знак, зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации, выдается свидетельство, которое удостоверяет приоритет товарного знака и исключительное право на него в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

Лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака любым не противоречащим закону способом, и правообладатель может распоряжаться этим исключительным правом.

Исключительное право на товарный знак действует **в течение десяти лет** со дня подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Срок действия исключительного права на товарный знак **может быть продлен на десять лет** по заявлению правообладателя (при оплате пошлины за продление срока действия). Продлевать срок действия исключительного права на товарный знак можно неограниченное число раз.

Исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности, путем размещения товарного знака:

- на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются и др.;
- при выполнении работ, оказании услуг;
- на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;
- в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;
- в сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Правообладатель для оповещения о своем исключительном праве на товарный знак вправе использовать знак охраны, который помещается рядом

с товарным знаком, состоит из латинской буквы «R» или латинской буквы «R» в окружности (®) либо словесного обозначения «товарный знак» или «зарегистрированный товарный знак» и указывает на то, что применяемое обозначение является товарным знаком, охраняемым на территории Российской Федерации.

Требования, предъявляемые к товарному знаку. Товарный знак должен:

- быть коротким (по мнению специалистов, не более 7 букв);
- легко читаться (нельзя перегружать слово сложным шрифтовым исполнением);
- легко произноситься (сочетание букв должно быть созвучным);
- быть индивидуальным (не похожим на другие слова);
- привлекать внимание (сочетанием букв или оригинальным начертанием);
- желательно иметь смысловую нагрузку (например, Pentium: pente- от греческого – пять (пятое поколение), суффикс ium-, по мнению специалистов, ассоциируется с чем-то маленьким, но мощным);
- не нести отрицательную информацию в переводе.

За рубежом при продаже предприятия рыночная стоимость товарного знака предприятия включается в цену, что позволяет обеспечить превышение более чем в 4–5 раз продажной цены предприятия над балансовой стоимостью его активов.

Разрабатывая и регистрируя товарные знаки, фирмы преследуют цель получения максимальной прибыли. Таким образом, можно утверждать, что товарный знак является фактором производства стоимости товаров, а для этого необходимо монополизировать свой товар даже на небольшом секторе

рынка путем его индивидуализации. С этой целью производителю необходимо сформировать и поддерживать позитивный бренд.

Бренд – заявленный и широко и неоднократно разрекламированный на рынке товарный знак (знак обслуживания), известный потребителю и конкурентам, знак, вызывающий определенные устойчивые ассоциации у значительной части потребителей (клиентов), конкурентов, партнеров по бизнесу.

Бренд является совокупностью материальных и нематериальных категорий, которые формируют благоприятное впечатление у потребителя и желание приобрести товар с конкретной маркировкой из множества других. Основой бренда является охраняемый в соответствии с законодательством товарный знак, а также права, вытекающие из объектов ИС (патентов на изобретения и промышленные образцы). Бренд – это общий имидж фирмы.

Поддержание бренда требует определенных финансовых вложений как в уровень качества товаров, так и в затраты, связанные с регистрацией и владением товарным знаком, а также вложений в рекламу товарного знака.

Всестороннюю «вооруженность» бренда часто иллюстрируют на примере корпорации Eastman Kodak. Помимо зарегистрированного во многих странах мира товарного знака Kodak, защищены патентами оборудование и технология, промышленные образцы и внешний вид изделий, в рамках авторского права защищено изображение на упаковке. «Сильный» бренд обязательно включает оригинальную маркетинговую и рекламную стратегию, умелое сотрудничество со СМИ, обслуживание клиентов.

Знак обслуживания – аналогичное товарному знаку обозначение (символ), предназначенное для того, чтобы отличить услуги одного юридического или физического лица от однородных услуг других

юридических и физических лиц. Поэтому необходимым условием его охраны также является новизна.

Так как знак обслуживания – это товарный знак, связанный с предоставлением услуг, то он используется отелями, ресторанами, туристическими бюро, магазинами, химчистками, авиакомпаниями и др. Качество товаров и услуг создает определенную репутацию конкретному знаку, а следовательно, и их производителю. Поэтому для стимулирования производства и сохранения спроса на качественный товар используют рекламу знака наравне с рекламой товара.

Наименование места происхождения товара – это название страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями или людскими факторами либо природными условиями и людскими факторами одновременно.

По наименованию места происхождения товара можно судить о специфических свойствах и качестве товара, которые определяются географическими условиями района, где этот продукт произвели. Использовать место происхождения правомочны только предприятия, расположенные в данной географической зоне, и только применительно к конкретным продуктам, произведенным в этих зонах, например, названия минеральной воды («Боржоми», «Ессентуки»), вин («Букет Абхазии», «Мадера»), продуктов питания (икра «Камчатская», калач «Саратовский», соль «Карловарская») и др.

Фирменное наименование – обозначение, под которым предприятие осуществляет свою коммерческую деятельность, совершает свои кредитно-финансовые операции, осуществляет права и несет обязанности. Фирменное

наименование определяется как имя или обозначение, позволяющее идентифицировать предприятие определенного физического или юридического лица. Фирменное наименование индивидуализирует предприятие, характеризует репутацию и положение предприятия в целом, оно является гарантией качества продукции и услуг предприятия. Фирменное наименование является мощным рекламным средством предприятия, так как потребитель связывает его, прежде всего, с деятельностью и товарами предприятия. Следует отметить, что во многом функции фирменного наименования совпадают с функциями товарных знаков.

Фирменное наименование – собственность коммерсанта, предпринимателя. Под этим именем он выступает в хозяйственном обороте. Охрана фирменных наименований предусмотрена законодательствами многих стран. Но правовые режимы в отношении фирменных наименований резко различаются, так как определяются положениями гражданского и торгового права данной страны. Во многих странах введены различные системы регистрации фирменных наименований.

В Российской Федерации право на фирменное наименование возникает с момента государственной регистрации предприятия в установленном порядке. При этом фирменное наименование предприятия заносится в государственный реестр, фиксируется в уставных документах и воспроизводится на печатях предприятия.

Субъектами прав на фирменное наименование являются физические и юридические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью в установленном законом порядке, являющиеся владельцами предприятия.

Право на фирменное наименование не ограничено временем действия, оно в принципе бессрочно и прекращается вместе с ликвидацией именуемого предприятия.

Условно фирменное наименование можно разделить на две составные части – обязательную и произвольную (отличительную). Российским законодательством, прежде всего, регламентируется содержание обязательной части наименования, где должно быть указание его организационно-правовой формы и произвольной, являющейся специальным наименованием предприятия.

Наименование индивидуального предприятия кроме указания организационно-правовой формы должно содержать фамилию собственника имущества, а полное товарищество – указание имени не менее чем одного участника товарищества.

С точки зрения защиты труднее всего дело обстоит с защитой ноу-хау. В соответствии с четвертой частью Гражданского кодекса Российской Федерации, секретом производства (ноу-хау) признаются сведения любого характера, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, к которым у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и в отношении которых обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны.

Сохранение в тайне этой информации от всех посторонних, кроме налоговых и финансовых служб – неперемное условие для удержания достигнутых в конкурентной борьбе позиций. Особое внимание следует уделить охране договоров, заключаемых предприятием. Большая их часть должна относиться к коммерческой тайне. Часто охране подлежат не только условия договора, но и сам факт его заключения. Поскольку деятельность коммерческих структур строится, в основном, на договорных началах, то, обладая информацией о заключаемых договорах, можно составить довольно полную картину о производственном и финансовом положении предприятия, о связях предприятия, состоянии его дел и т.д.

Производственные секреты (технические) – это не защищенные патентами изобретения, опытные образцы, результаты НИОКР, конструкторская, технологическая, проектная документация;

Организационно-управленческие секреты – системы организации производства, маркетинга, управления качеством, персоналом, финансами.

Обладателю секрета производства принадлежит исключительное право использования его любым, не противоречащим закону способом, в том числе при изготовлении изделий и реализации экономических и организационных решений. Владелец секрета производства может распоряжаться указанным исключительным правом.

Лицо, ставшее добросовестно и независимо от других владельцев секрета производства владельцем сведений, составляющих содержание охраняемого секрета производства, приобретает самостоятельное исключительное право на этот секрет производства.

Исключительное право на секрет производства действует до тех пор, пока сохраняется конфиденциальность сведений, составляющих его содержание. С момента утраты конфиденциальности соответствующих сведений исключительное право на секрет производства прекращается у всех правообладателей.

По договору об отчуждении исключительного права на секрет производства одна сторона (правообладатель) передает или обязуется передать принадлежащее ей исключительное право на секрет производства в полном объеме другой стороне – приобретателю исключительного права на этот секрет производства. При отчуждении исключительного права на секрет производства лицо, распорядившееся своим правом, обязано сохранять конфиденциальность секрета производства до прекращения действия исключительного права на секрет производства.

По лицензионному договору одна сторона – обладатель исключительного права на секрет производства (лицензиар) предоставляет или обязуется предоставить другой стороне (лицензиату) право использования соответствующего секрета производства в установленных договором пределах.

Исключительное право на секрет производства, созданный работником в связи с выполнением своих трудовых обязанностей или конкретного задания работодателя (служебный секрет производства), принадлежит работодателю.

Гражданин, которому в связи с выполнением своих трудовых обязанностей или конкретного задания работодателя стал известен секрет производства, обязан сохранять конфиденциальность полученных сведений до прекращения действия исключительного права на секрет производства.

Нарушитель исключительного права на секрет производства, в том числе лицо, которое неправомерно получило сведения, составляющие секрет производства, и разгласило или использовало эти сведения, а также лицо, обязанное сохранять конфиденциальность секрета, обязаны возместить убытки, причиненные нарушением исключительного права на секрет производства, если иная ответственность не предусмотрена законом или договором с этим лицом.

Лицо, которое использовало секрет производства и не знало и не должно было знать о том, что его использование незаконно, в том числе в связи с тем, что оно получило доступ к секрету производства случайно или по ошибке, не несет ответственности.

Наиболее реальная гарантия конфиденциальности – заинтересовать покупателя в сохранении преимуществ, которые он получает благодаря приобретению ноу-хау. Признание приобретаемой информации как

секретной – это, в сущности, результат договоренности двух сторон, при которой покупающая сторона понимает, что иным способом получить эту информацию и право на ее использование невозможно. Тогда такая информация имеет ценность и для продавца, и для покупателя.

Как правило, для покупателя представляют интерес сведения технического характера (научные отчеты, конструкторские решения, методики, рецепты, протоколы испытаний), без которых доступная информация малоценна.

В определенных ситуациях, например, при освоении покупателем ноу-хау новых рынков, актуальны сведения о потенциальных клиентах, маркетинговые исследования, картотека клиентов, методы рекламы и т. д.

Ценность представляют ноу-хау, «замаскированные» в описании изобретения. В этом случае владелец сохраняет секреты для усиления будущей лицензии.

Важно, чтобы сведения, имеющие коммерческую ценность, были систематизированы, конфиденциальны и пригодны для предъявления в момент оформления договорных отношений.

Привлекательность ноу-хау состоит и в том, что срок их действия формально неограничен. Пока информация, составляющая ноу-хау, недоступна третьим лицам, пока она актуальна, сохраняется коммерческая ценность ноу-хау.

Наряду с объектами ИС, ноу-хау можно вносить в уставный капитал компаний.

Еще двадцать лет назад предложение зарубежного партнера, включающее в качестве части его вклада в уставный капитал совместного предприятия «умение торговать», вызывало у российских участников, по меньшей мере, удивление. Сегодня нам понятно, что это «умение» - не что

иное, как комплекс секретов в области продвижения товара, являющийся предметом ноу-хау.

Оценка стоимости ноу-хау, вносимого в качестве уставного капитала, базируется на ожидаемом экономическом эффекте от реализации объекта, в котором оно используется.

Лидирующее положение на внутреннем и внешнем рынках обычно занимают те фирмы-производители, которые «охотятся» за изобретениями и ноу-хау, активно опережая конкурентов, покупают на них лицензии, благодаря этому в числе первых начинают применять последние достижения мировой науки и практики и осуществлять производство изделий на их базе. Пальма первенства в этом принадлежит Японии. Наученные горьким опытом японского превосходства, передовые фирмы с большой неохотой продают японцам свои разработки.

В международной практике торговли более 50 % соглашений заключается традиционными лицензиями на передачу изобретений и ноу-хау одновременно, 30-35 % – только на ноу-хау, остальное – чисто патентные лицензии. Таким образом, более 80 % традиционных лицензий – это лицензии, по которым передается ноу-хау.

Чтобы обеспечить защиту коммерческого использования объекта интеллектуальной собственности (изобретения, полезной модели и промышленного образца) на территории нескольких стран, необходимо получить патентные права во всех из них. Однако для этого не обязательно подавать заявки в патентные ведомства каждой из выбранных стран.

Единый патент, действующий на территории нескольких стран, выдается региональным патентным ведомством по результатам централизованного международного поиска и экспертизы, проведенных им самостоятельно или с участием национальных патентных ведомств.

Европейский патент может быть получен также по процедуре Patent Cooperation Treaty – (PCT).

Аналогичным образом выдаются патенты на полезные модели и свидетельства на товарные знаки.

Существующие национальные и региональные системы патентной охраны совершенно независимы друг от друга. Сегодня не существует никакого международного соглашения о взаимном признании действия патентов всеми или большинством субъектов международного права, поэтому наличие национального или регионального патента никоим образом не препятствует использованию вашей разработки вне охраняемой территории. Для расширения последней следует своевременно подать заявки в каждое из интересующих вас национальных патентных ведомств или региональных патентных организаций.

В настоящее время только пять международных и межправительственных организаций выдают региональные патенты на основе единственной заявки:

1. Евразийская патентная организация выдает патенты на изобретения, действующие на территории Туркмении, Белоруссии, Таджикистана, России, Казахстана, Азербайджана, Киргизии, Молдовы и Армении;

2. Европейская патентная организация выдает патенты на изобретения, действующие на территории Австрии, Албании, Бельгии, Болгарии, Швейцарии, Кипра, Чешской Республики, Германии, Дании, Эстонии, Испании, Финляндии, Франции, Великобритании, Греции, Хорватии, Венгрии, Ирландии, Исландии, Италии, Литвы, Лихтенштейна, Люксембурга, Латвии, Монако, Республики Македонии, Мальты, Нидерландов, Норвегии, Польши, Португалии, Румынии, Швеции, Словении, Словакии, Сан-Марино и Турции;

3. Ведомство по гармонизации внутреннего рынка Европейского союза выдает патенты на промышленные образцы, действующие на территории всех государств Европейского союза: Австрия, Бельгия, Болгария, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Кипр, Латвия, Литва, Люксембург, Мальта, Нидерланды, Польша, Португалия, Румыния, Словакия, Словения, Финляндия, Франция, Чехия, Швеция и Эстония.

Полезные ссылки к разделу 5:

Контактная информация:

1. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент)

Предоставляемые государственные услуги (функции):

- аттестация и регистрация патентных поверенных, а также контроль за деятельностью патентных поверенных;
- ведение реестров объектов интеллектуальной собственности и осуществление публикаций сведений о них;
- государственная регистрация программы для ЭВМ и базы данных;
- государственная регистрация топологии интегральной микросхемы;
- государственная регистрация товарного знака, знака обслуживания и предоставление правовой охраны общеизвестным в Российской Федерации товарным знакам;
- государственная регистрация наименования места происхождения товара;
- государственная регистрация изобретений;
- государственная регистрация полезных моделей;

- государственная регистрация промышленных образцов;
- признание недействительным предоставления или осуществление прекращения действия правовой охраны товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара, признание недействительным и прекращение действия патентов на изобретение, промышленный образец, патента (свидетельства) на полезную модель, свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара;
- продление сроков действия патентов и восстановление действия патентов;
- государственная регистрация договоров о распоряжении правами на зарегистрированные в Роспатенте результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации;
- государственная регистрация сделок, предусматривающих использование единой технологии за пределами Российской Федерации.

Адрес: Бережковская набережная, 30, корп.1, Москва, Россия, Г-59, ГСП-5, 123995.

Телефон: (495) 240-60-15; 240-61-38.

Факс: (495) 243-33-37; 956-43-74.

E-mail: rospatent@rupto.ru

Официальный сайт: <http://www.rupto.ru>

2. Государственное учреждение, подведомственное Роспатенту:
Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности» (ФИПС).

Предоставляемые государственные услуги:

- проведение подготовительных работ¹¹ для осуществления юридически значимых действий, связанных с правовой охраной изобретения, полезной модели, промышленного образца;

- проведение подготовительных работ для осуществления юридически значимых действий, связанных с правовой охраной товарного знака, знака обслуживания, наименование места происхождения товара;

- проведение подготовительных работ для осуществления юридически значимых действий, связанных с государственной регистрацией программы для электронных вычислительных машин, базы данных и топологии интегральных микросхем;

- библиотечное, библиографическое, справочно-информационное, научно-методическое обслуживание на базе государственного патентного фонда и единой системы автоматизированных банков данных.

Адрес ФИПС: Бережковская набережная, 30, корп.1, Москва, Россия, Г-59, ГСП-5, 123995.

Факс ФИПС: (495) 243-33-37

E-mail: fips@rupto.ru

Официальный сайт: <http://www.fips.ru>

3. Пункты приема заявок на объекты промышленной собственности в Самарской области:

¹¹ Указанные подготовительные работы могут включать: прием и экспертизу заявок на объекты патентного права, рассмотрение предусмотренных законодательством Российской Федерации документов, представленных на государственную регистрацию договоров о распоряжении исключительным правом, выпуск официальных бюллетеней о зарегистрированных объектах патентных прав, поданных заявках и выданных по ним патентах, рассмотрение заявлений, ходатайств, касающихся продления срока действия исключительного права, рассмотрение возражений, касающихся решений по результатам экспертизы заявок на объекты патентного права, признания недействительным предоставления или досрочного прекращения действия правовой охраны, подготовка проектов решений

Самара: 443086 Московское шоссе, д. 34, корп. 3 А СГАУ

тел.: (846) 267-43-61, www.ssau.ru

Тольятти: тел.: (848-2) 28-13-91.

Раздел 6. Сертификация продукции и систем менеджмента качества при вхождении на европейский рынок

Общий рынок Евросоюза – форма экономической интеграции стран, предполагающая на основе стандартизированной системы законов, действующих во всех странах Евросоюза, свободное движение через границы людей, товаров, капитала и услуг, факторов производства. Союз вырабатывает общую политику в области торговли, сельского хозяйства, рыболовства и регионального развития.

Развитие между странами Европы общего рынка (впоследствии его переименовали в единый рынок), а также создание таможенного союза были одними из основных целей создания Европейского экономического сообщества.

Соглашением 2005 года между ЕС и Россией предусмотрено осуществление стратегического партнёрства через формирование четырёх общих пространств («дорожные карты»):

- экономического;
- внутренней безопасности и правосудия;
- внешней безопасности;
- науки и образования.

Стремление к экономическому сотрудничеству понятно, ведь по статистике на Евросоюз приходится половина объёма внешней торговли России, а государства-участники этой организации являются крупнейшими прямыми инвесторами в российскую экономику.

Все изделия, попадающие на рынок Европейского Союза, не зависимо от страны производства, должны соответствовать стандартам по

безопасности здоровья и безопасности на рабочих местах, по защите прав потребителей, по экологической безопасности и прочей безопасности в целом. Ответственность за безопасность продукции определяется для всей цепочке поставки от изготовителя до потребителя.

В обороте продукции на рынке ЕС особую ответственность несет импортер, так как продукция, поставленная из третьих стран, так же обязана пройти все процедуры на соответствие европейским стандартам и директивам, которые имеют отношение к конкретной продукции. Импортер должен быть уверен, что продукция соответствует требованиям ЕС и должен контролировать это соответствие документально с предъявлением изготовителем всей необходимой информации.

Общим подходом для создания уверенности в безопасности продукции является проведение сертификации.

Сертификация продукции в странах ЕС (европейская сертификация) – независимая процедура подтверждения соответствия продукции (изделия) существующим гармонизированным стандартам ЕС и Директивам ЕС. Сертификация CE (обязательная сертификация) дает возможность свободной реализации продукции на всей территории Европейского Сообщества.

Примечание. Аббревиатура «CE» (от французского "Conformite Europeenne") дословно переводится как "Европейское Соответствие".

Сертификация продукции сопровождается выдачей или выпуском сертификатов соответствия CE, деклараций соответствия CE, маркировкой знаком CE (CE Mark), свидетельствующей о получении сертификата. Знак CE дает право пропуски для контролирующих органов и является признаком высокого качества.

В связи с вступлением России в ВТО необходимость получения CE марки на отечественную продукцию возросла в разы. Именно CE марка

поможет отечественному предпринимателю выжить в условиях жёсткой конкуренции, которая возникнет из-за существенного роста числа участников Российского рынка (Европейских конкурентов), вследствие послаблений таможенных пошлин.

На сегодняшний день многие виды продукции, поступающие на территорию Европейского Союза, должны в обязательном порядке иметь подтверждение соответствия требованиям безопасности общеевропейских стандартов. Для предпринимателей России, необходимо иметь достаточные представления о процессе получения сертификата на продукцию, знака СЕ, как соответствующего пропуска для выхода на Еврорынок.

В Европе, как и в России, вся выпускаемая продукция подразделяется на две группы. К первой группе имеют отношение товары, сертификацию которых контролирует государство. Это продукция, которая может причинить вред непосредственно окружающей среде и здоровью человека. Обязательная сертификация распространяется на игрушки, драгоценные металлы, медицинское и газовое оборудование, взрывчатые вещества и др. Во всех остальных случаях сертификация продукции в Евросоюзе проводится при добровольном согласии производителя.

В середине 80-х годов Европейский Союз сформировал систему гармонизации требований по отношению к безопасности продукции. Эти гармонизированные требования изложены в Директивах, которые называются Директивами Нового и Глобального подходов.

Подпадающая под условия Директив продукция проходит полный цикл обязательной сертификации с привлечением нотифицированного органа. В этом случае продукция получает обязательный сертификат. В обязательном сертификате указывается номер нотифицированного органа. Обязательный сертификат дает право производителю ввозить продукцию на территорию ЕС и маркировать ее знаком СЕ для последующей реализации.

Продукция, не подлежащая обязательной сертификации СЕ, должна получить сертификат СЕ категории «добровольный». В добровольном сертификате номер нотифицированного органа не указывается. При отсутствии добровольного сертификата продукция может быть ввезена на территорию ЕС, но ее реализация невозможна. На такую продукцию необходимо будет оформлять разрешительные документы на соответствие национальному стандарту той страны, куда направляется продукция.

Следует отметить, что если при проектировании и в дальнейшем при выпуске продукции, соблюдались стандарты Российской Федерации, технические условия на продукцию, не нарушалась технология, то продукция без проблем проходит процедуру сертификации в Европейском Союзе. Стандарты в странах ЕС и в СНГ практически идентичны. Процедуры сертификации в странах Европейского Сообщества практически не отличаются от процедур сертификации в СНГ.

Сертификат СЕ – это фактически действующий паспорт товара, содержит данные производителя и/или поставщика. Он позволяет ввозить и реализовывать сертифицированную продукцию на территории Евросоюза.

Сертификат Евросоюза можно получить в специализированных (нотифицированных) европейских органах по сертификации и испытанию продукции (ЕОИС), представительства которых открыты во всех странах, входящих в состав Евросоюза. Оформление сертификата СЕ проходит в соответствии с выбранной европейской директивой.

Сертификат СЕ, полученный в одной из стран Европейского Союза признается всеми остальными странами, входящими в ЕЭС. Сертификат СЕ является бессрочным документом и действует до внесения изменений в нормы и директивы СЕ, в соответствии с которыми он был оформлен. В большинстве случаев, сертификат СЕ действителен в течение 3 лет с проведением ежегодного инспекционного контроля. В то же время? есть

сертификаты, оформляемые на 10 лет, инспекционный контроль предусматривается только при внесении изменений в производимую продукцию, есть бессрочные сертификаты.

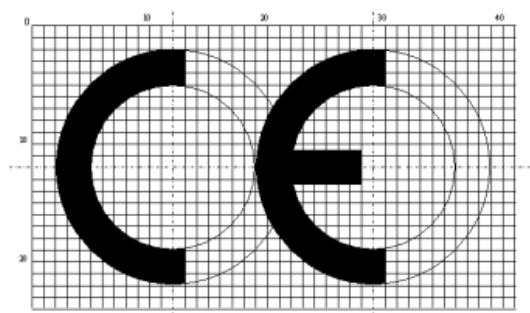


Рисунок 7 – Пример Сертификата Евросоюза Рисунок 8 – Пример знака CE

Наличие сертификации дает возможность маркировать продукцию знаком CE. Сертификация продукции с правом маркировки CE в странах Европейского Союза основана на Директивах CE.

Директивы CE имеют силу закона в государствах-членах Евросоюза, устанавливают единые требования к продукции на международном уровне на основе согласования национальных требований, что рассматривается как средство устранения технических барьеров в торговле для создания единого европейского рынка.

Процесс маркировки продукции, подпадающей под действие директив ЕС, знаком CE довольно сложен, однако он должен быть пройден производителем такой продукции, планирующим вывод её на европейский рынок. Для определения процедуры сертификации продукции для рынка стран Евросоюза, имеет большое значение понимание директив ЕС, понимание гармонизированных (европейских) стандартов и национальных стандартов. Следует отметить, что европейские и национальные стандарты имеют рекомендательный характер, и производитель продукции имеет право

не применять данные стандарты, он вправе применять свои собственные технические условия и решения. Но в случае применения собственных технических условий и решений производитель обязан доказать, что в этих решениях просчитаны все риски и продукция безопасна для человека и окружающей среды.

В случае, если выпускаемая продукция может подпадать под действие нескольких директив, и при этом не отвечает требованиям хотя бы одной из применимых директив, то СЕ-маркировку на продукцию / упаковку наносить нельзя.

Пример. Двери с электрическими механизмами (открытия, закрытия, подъем) подпадают под действие трех директив – строительная директива, директива электробезопасности и директива по электромагнитной эмиссии. В тоже время, если продукция подпадает под директиву АТЕХ или директиву R&TTE, продукция не подпадает под директиву EMC и LVD, так как в директивах АТЕХ и R&TTE заложены определения рисков по EMC и LVD.

Определение модулей по процедурам сертификации СЕ первоначально введено в Решении 93/465/ЕЭС (в настоящее время – Decision № 768/2008/ЕС). Решение - это законодательный акт по гармонизации процедуры сертификации для всех стран Европейского Союза, в котором определены этапы процедуры сертификации и правила маркировки СЕ. Решение № 768/2008/ЕС определяет процедуры по определению потенциальных рисков безопасности продукции. В таблице 12 для справки приведен перечень модулей по оценке соответствия, соответствующих определенным процедурам сертификации продукции. Для выбора модуля сертификации СЕ рекомендуется проконсультироваться с нотифицированным органом.

В отношении продукции, которая выпускается малыми сериями или на заказ (единичная продукция), при сертификации СЕ должен применяться

более гибкий подход в определении модулей, посредством которых определяется соответствие продукции Директивам ЕС и гармонизированным стандартам.

Таблица 12 – Модули (схемы сертификации CE)

Наименование модуля	Направленность модуля по содержанию
A	Внутренний контроль производства, (результат - Декларация о Соответствии CE)
A1	Внутренний контроль производства и контролируемые испытания продукции
A2	Внутренний контроль производства и контролируемые испытания продукции через случайные интервалы времени
B	Исследование «CE» типового образца (результат - Сертификат CE)
C	Соответствие типовому образцу на основе внутреннего контроля производства (результат – Декларация о Соответствии типа ЕС)
C1	Соответствие типовому образцу на основе внутреннего контроля производства и контролируемых испытаний продукции (результат - CE MARK CE MARKING)
C2	Соответствие типовому образцу на основе внутреннего контроля производства и контролируемых проверок продукции через случайные интервалы времени
D	Соответствие типовому образцу на основе обеспечения качества производственного процесса
D1	Обеспечение качества производственного процесса
E	Соответствие типовому образцу на основе обеспечения качества продукции
E1	Обеспечение качества окончательного контроля продукции и испытаний
F	Соответствие типовому образцу на основе верификации продукции
F1	Соответствие на основе верификации продукции (результат - Сертификат Соответствия CE)
G	Соответствие на основе верификации единицы продукции
H	Соответствие на основе полного обеспечения качества
H1	Соответствие на основе полного обеспечения качества и контроля проектирования

Изготовитель продукции обязан в инструкциях, прилагаемых к продукции, поместить информацию о возможных рисках и опасностях, связанных с данной продукцией, на языке страны поставки.

При подготовке продукции, подлежащей маркировке CE, к поставке в ЕС, необходимо выполнить следующие шаги:

- определить, под действие какой Директивы ЕС (или директив) подпадает продукция, установить срок введения в действие этой Директивы;
- определить процедуру проведения оценки соответствия продукции требованиям Директивы, при этом из соответствующих Директив

необходимо выяснить, существует ли необходимость проведения независимой оценки соответствия продукции нотифицированным органом;

- определить, какие гармонизованные Европейские стандарты действуют на продукцию, о которой идет речь (в случаях, где это применимо, Директивы требуют от производителя следовать этим стандартам);

- проверить, существуют ли в странах, где продукция будет реализовываться, обязательные к выполнению национальные требования (к таким требованиям могут относиться, например, национальные стандарты, требования по маркировке или упаковке и др.);

- на основе полученных данных определить совокупность требований, предъявляемых ЕС к продукции, установить и систематизировать опасности, которые продукция может представлять для потребителя, оценить риски, и при необходимости, разработать меры по их снижению;

- убедиться, что продукция отвечает предъявляемым требованиям ЕС, предпринять меры по обеспечению такого соответствия, при необходимости предусмотреть изменения в процессах проектирования и подготовки производства, конструкторской и технологической документации, определить состав необходимых испытаний;

- доработать техническую документацию на продукцию, для подтверждения выполнения требований Директивы, включая разработку программ испытаний, мониторинга и контроля продукции в производстве, доработать инструкции и руководства по эксплуатации изделия; ввести техническую документацию, требуемую соответствующими Директивами;

- выбрать приемлемую схему подтверждения соответствия (в соответствии с требованиями ЕС);

- скомпоновать технический файл (включает информацию об изделии, руководство по эксплуатации, документы, подтверждающие соответствие продукции обязательным требованиям);

- подготовить декларацию соответствия и поддерживающие ее доказательства. Эта декларация и сопутствующая техническая документация должна быть доступна для компетентных органов стран ЕС по их запросу;

- провести испытания конкретного продукта либо типа продукта в испытательной лаборатории, аккредитованной в стране — члене ЕС;

- провести сертификацию (подтверждение соответствия) продукции нотифицированным органом, аккредитованным предпочтительно в стране-члене ЕС, на область применения вышеупомянутых требований Директивы;

- нанести СЕ-маркировку на продукцию и/или упаковку, а также сопровождающую документацию, как этого требуют соответствующие директивы.

Контроль на границе и контроль на внутреннем рынке, наиболее эффективный способ гарантии, что продукция соответствует всем требованиям законодательства ЕС и безопасна для человека и окружающей среды. Особенно это касается работы Таможенных служб стран Европейского Союза в случаях, когда в страны ЕС экспортируется продукция из третьих стран.

Таможенные органы и органы надзора за рынком начинают контроль продукции до выхода в свободное обращение на рынке.

Для продукции, попадающей на территорию стран ЕС, в обязательном порядке должно быть документально подтверждено соответствие продукции требованиям законодательства ЕС. В зависимости от вида и предназначения продукции, если продукция подпадает под европейские Директивы, требуется предоставить или ЕС Сертификат Соответствия (EC Certificate of

Conformity), или ЕС Декларацию Соответствия (EC Declaration of Conformity). В случаях, когда это не требуется, предоставляются результаты испытаний или регистрационные удостоверения на конкретную продукцию, что определено законодательством (Директивы, Решения, Регламенты) Европейского Союза.

В настоящее время, таможенные службы и контролирующие структуры всех стран Европейского Союза имеют общую базу данных по продукции, которая не соответствует требованиям ЕС и информация о такой продукции размещается в реальном времени.

Таможенные органы Европейского союза в соответствии с Регламентом (ЕС) № 765/2008 уполномочены:

- приостановить выпуск продукции, когда есть подозрение, что продукция небезопасна или не соответствует гармонизированному законодательству ЕС (европейские стандарты, Директивы ЕС) или отсутствует документация подтверждения соответствия и требования к маркировке CE;

- не разрешать выпуск для свободного обращения, в случае, если контролирующие органы приходят к выводу, что продукция представляет серьезную опасность, таможенные службы, получив данную информацию, обозначают данную продукцию как опасную, не имеющую права оборота на рынке Европейского Союза и она подпадает под запрет. В том случае, если выясняется о несоответствии европейским стандартам продукции, то таможенные службы обозначают данную продукцию как несоответствующей гармонизированному законодательству ЕС и она так же не может быть выпущена для свободного оборота в ЕС;

- разрешить выпуск для свободного обращения на любую продукцию в соответствии с соответствующим законодательством ЕС.

Выполнить самостоятельно работы по сертификации СЕ достаточно сложно. В целях выполнения задач по сертификации на территории Европейского Союза создана особая система юридических лиц – Европейских Уполномоченных Представителей.

ЕС/СЕ Европейский Уполномоченный Представитель - это юридическое лицо, учрежденное в Европейском Союзе, который назначается изготовителем, находящимся вне ЕС, для действий от имени изготовителя при выполнении определенных задач (определенных Директивами ЕС) на территории ЕС. Для выполнения целей Директив ЕС Уполномоченный Представитель должен находиться исключительно на территории Европейского Союза.

Круг вопросов, которые отслеживает Уполномоченный Представитель, включает:

- выступление в поле правового взаимодействия между производителем и властями Европейского Союза. Он должен быть в курсе всех изменений национальных законодательств по обороту продукции, по новым схемам сертификации, процедуре сертификации, по изменениям европейских стандартов и Директив;

- предоставляет консультации по вопросам внедрения европейских технических регламентов, помогая клиентам проходить процедуры сертификации СЕ;

- хранит и обновляет технические файлы (техническую документацию) изделий, продаваемых в Европе, и делает их доступными в соответствующие органы по запросу;

- защищает конфиденциальность технических документов заказчика перед контролирующими структурами Европейского Союза, предоставляя только те документы, которые необходимы согласно законодательства ЕС;

- выступает в качестве контактного лица при надзоре европейских властей за рынком и конечным пользователем, когда возникают вопросы соответствия или качества продукции, изменений по требованиям к продукту в той или иной стране Европейского Союза;

- помогает при отзыве продукции и выдаче консультативных уведомлений. Любое решение об изъятии продукции с рынка Европейского Союза, запрещении или ограничении его размещения на рынке или вводе в эксплуатацию, или ином ограничении свободного перемещения продукции, должно иметь надлежащие основания. О таких решениях заинтересованные лица должны быть уведомлены без всякой задержки. В то же самое время они должны быть информированы относительно средств защиты члена ЕС, доступных им по законодательству Европейского Союза или конкретной страны.

Ежегодная плата Уполномоченного Представителя является фиксированной и включает в себя все услуги (обычно никаких дополнительных почасовых ставок не взимается, все платежи открытые).

При выборе фирмы, которая обеспечит получение сертификата Евросоюза, оптимальным является выбор специализированных (нотифицированных) Европейских органов по сертификации и испытанию продукции (ЕОИС), представительства которых открыты во всех странах, входящих в состав Евросоюза.

Уполномоченный орган (Нотифицированный орган) проводит оценку технического файла и деятельности, осуществляемой производителем. В некоторых случаях требуется проведение инспекции и испытаний продукции. После того, как технический файл и продукция оценены и одобрены, Уполномоченный орган (Нотифицированный орган) может выдать документ, подтверждающий соответствие типа (EC Type Approval), или сертификат соответствия.

Стоимость (цена) процедуры сертификации СЕ (оценка соответствия) мало чем отличается от стоимости сертификации в СНГ, и варьируется от 600 евро до 5500 евро за изделие. Сумма зависит от требований применявшегося стандарта или стандартов, в том числе требованиями к проведению инспекции производства. Инспекция производства, как правило, обходится изготовителю от 800 до 2000 евро. Командировочные расходы для двух-трех экспертов на один - три дня обычно оговариваются отдельно.

Весь процесс сертификации, с момента заключения контракта, до получения сертификата соответствия СЕ или декларации соответствия СЕ, занимает около двух-трех недель. Несколько большее время требуется, если по требованиям стандарта, согласно которого проводится процедура сертификации СЕ, требуется аудит (инспекция) производства на соответствие технологии производства стандарту.

Для того чтобы компания смогла подтвердить, что она не только в состоянии выпустить опытный (серийный) образец продукции, но и способна выпускать такую продукцию стабильно, на системной основе, предусмотрена добровольная сертификация системы менеджмента качества организации. На сегодняшний день общепризнанным международным стандартом на систему менеджмента качества, не зависящим от области деятельности организации, является международный стандарт ISO 9001.

Аналогичная ситуация сложилась и другими системами менеджмента. Например, наличие в организации системы экологического менеджмента свидетельствует не только о том, что в организации в ходе проверки надзорных органов не было выявлено случаев нарушения природоохранного законодательства, но и о том, что организация соблюдает требования законодательства в области защиты окружающей среды на системной основе и постоянно повышает свою экологическую эффективность.

Наличие сертификата на систему менеджмента организации является дополнительным конкурентным преимуществом организации на международном рынке (в основном – на рынке B2B). В связи с тем, что Россия в ближайшее время вступает в ВТО, процедура сертификации системы менеджмента становится еще более актуальной.

Хотя сертификация системы менеджмента организации во всем мире является добровольной процедурой, требование сертификации предприятия на соответствие стандарту ISO 9001, либо иным стандартам на системы менеджмента предъявляется в определенных ситуациях при проведении процедуры сертификации СЕ.

Система менеджмента, которая определяется конкретным гармонизированным стандартом для конкретного производства и конкретной продукции, предусмотрена и вводится в тех случаях, когда продукция подпадает под следующие модули сертификации СЕ (см. таблицу 12): D, D1, E, E1, H, H1. Все остальные схемы сертификации (модули), предусмотренные законодательством Европейского Союза, не подразумевают обязательной сертификации системы менеджмента.

При выполнении процедуры сертификации СЕ может потребоваться сертификация системы менеджмента предприятия на соответствие стандартам, представленным в таблице 13.

Система менеджмента качества – это управленческая подсистема, в основе которой лежат: политика организации в области качества, цели в области качества, а также структурированный набор документов, регламентирующих основные аспекты деятельности предприятия. Система качества выстраивается индивидуально для каждой конкретной организации в соответствии с ее целями и задачами, спецификой выпускаемой продукции, требованиями потребителей и внутренней спецификой деятельности.

Таблица 13 – Примеры стандартов на системы менеджмента, соответствие которых требуется процедурами сертификации СЕ

Стандарт	Наименование
ISO 9001 – 2008	Системы менеджмента качества. Требования
ISO 13485 – 2003	Изделия медицинские. Системы управления качеством. Требования к регулированию
ISO 31000 – 2009	Менеджмент рисков. Принципы и руководящие указания
ISO 22000 – 2005	Системы менеджмента безопасности пищевых продуктов. Требования ко всем организациям в цепи производства и потребления пищевых продуктов
ISO 14001 – 2004	Системы менеджмента окружающей среды. Требования и руководство по применению
OHSAS 18001 – 2007	Системы менеджмента охраны труда и техники безопасности. Требования

Документация СМК описывает деятельность предприятия, особенно те процессы, которые существенно влияют на качество производимой продукции, позволяют производить продукцию в точном соответствии с требованиями клиентов. Документальное описание ключевых процессов деятельности обеспечивает их прослеживаемость, четкое понимание, управление и постоянное улучшение.

Система менеджмента качества содержит несколько «встроенных» механизмов самосовершенствования – внутренние аудиты, анализ со стороны руководства, корректирующие и предупреждающие действия.

Рекомендуемые этапы разработки системы менеджмента качества на соответствие стандарту ISO 9001 включают:

- обучение персонала организации требованиям ISO 9001 проводится в целях единого понимания сотрудникам организации терминологии и

требований стандартов серии ISO 9000 для эффективной реализации проекта по внедрению системы менеджмента качества. На данном этапе необходимо предусмотреть обучение внутренних аудиторов системы менеджмента качества;

- определение и описание основных процессов организации, назначение ответственных за процессы, показателей процессов;

- разработка обязательных и необходимых документов системы менеджмента качества, включая *руководство по качеству, обязательные документированные процедуры*;

- разработка иных необходимых положений и инструкций;

- утверждение и выполнение разработанных документов системы менеджмента качества;

- внутренний аудит системы менеджмента качества для оценки готовности к сертификации.

После того, как подготовленные внутренние аудиторы организации признали систему менеджмента качества организации соответствующей требованиям стандарта ISO 9001, по решению руководителя организация может обратиться в орган по сертификации.

В таблице 14 представлены некоторые международно признанные органы по сертификации, имеющие аккредитацию на проведение сертификации системы менеджмента качества на соответствие международному стандарту ISO 9001.

Стоимость услуг по сертификации системы менеджмента качества рассчитывается индивидуально и зависит от численности организации, количества и территориального расположения производственных площадок, вида деятельности компании.

Таблица 14 – Международно признанные органы по сертификации

Наименование	Головной офис (страна)	Региональный представитель / партнер	Контактные данные
IQNet, ассоциация органов по сертификации	Швейцария	Представительство Русского Регистра по Поволжью, г.Казань	Сайт www.iqnet-certification.com
SGS Основные аккредитации – SAS (Швейцария), UKAS (Великобритания), DAkkS (Германия)	Швейцария	Представительство в г.Самара	Сайт www.sgs.com , тел. (846) 379-09-90
DQS Аккредитован DAkkS (Германия)	Германия	Российский офис в г.Ярославль, представительство в г.Нижнем Новгороде	Сайт www.dqs-russia.ru
ТЮФ Тюринген Система сертификации TUV International Certification аккредитована DAkkS (Германия)	Германия	Интерсертифика-ТЮФ в г.Москва, представительство – в г.Самара	Сайт www.qsert.ru , тел. (495) 785 12 55
ТЮФ Рейнланд Аккредитован DAkkS (Германия)	Германия	Представительство по Поволжью – г.Нижний Новгород	Сайт www.tuv.com , тел. (831) 220-93-08
Afnor Аккредитован COFRAC (Франция)	Франция	Офис – в г.Москва, партнер - ПромСтройСертификация, г.Москва	Сайт www.afnor.ru
BVQI Аккредитован UKAS (Великобритания)	Франция	Офис в г.Москва, представительство в г.Самара	Сайт www.bureau-veritas.ru , (495) 937-57-77 (846) 242-12-17
DNV Аккредитован FINAS (Финляндия)	Норвегия	Офис, аудиторы - в г.Москва	Сайт www.dnv.ru (495) 739-48-33

Российская версия стандарта ISO 9001, стандарт ГОСТ Р ИСО 9001, в странах Европейского Союза официально не признается. Однако он может приниматься во внимание иностранными партнерами как добровольный стандарт.

Полезные ссылки к разделу 6:

Печатные издания:

- 1) Аблатыпов Т.Г. Достижение удовлетворенности потребителей: Методы менеджмента качества/Т.Г. Аблатыпов. М.: 2005.- №12.- 32 с.

- 2) Адлер Ю.П. Качество и рынок, или как организация настраивается на обеспечение требований потребителей /Ю.П. Адлер. - М.: РИА "Стандарты и качество", 2002.-215 с.
- 3) Аронов И., Штерн Л. Стандарты ИСО 14000 в жизни. – М.: Экономика, 2007 г. - 72 с.
- 4) Глущенко И. И. Формирование инновационной политики и стратегии предприятия / И. И. Глущенко. – М.: АПК и ППРО, 2009. – 128 с.
- 5) Егорова Н. Е. Малые предприятия: Предпринимательские стратегии и кооперация / Н. Е. Егорова, М. А. Маренный. – М.: 2004. – 199с.
- 6) Варакута А. Управление качеством продукции: учебное пособие/А. Варакута. – М.: Инфра-М, 2006. – 156 с.
- 7) Кане М.М., Иванов Б.В., Корешков В.Н., Схиртладзе А.Г. Системы, методы и инструменты менеджмента качества: Учебник для вузов / Под ред. М.М. Канне. СПб: Питер, 2009. -560 с.
- 8) Лapidус В.А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях/В.А. Лapidус. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2002.– 315с.
- 9) Лифиц И.М. Стандартизация, метрология и сертификация : учебное пособие/И.М. Лифиц — М.: Юрайт-Издат, 2005г. — 345 с.
- 10) Пономарев С.В., Мищенко С.В. и др., Управление качеством продукции. Инструменты и методы менеджмента качества, М.: Экономика, 2005. -248 с.
- 11) Радиевский М.В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия. Учебник / М.В. Радиевский. М. : Инфра-М, 2009. – 337 с.

12) Спицнадель В.Н. Системы качества (в соответствии с международными стандартами ISO семейства 9000): Учеб. Пос. – СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2000.

13) Сутела П., Россия и Европа. Некоторые аспекты экономических взаимоотношений, Моск. Центр Карнеги. – М.: Гендальф, 2004.

Стандарты:

1) ГОСТ Р ИСО 9000-2008. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь – Введ. 2009-09-10. – М.: Национальные стандарты, 2009. – 35 с.

2) ГОСТ Р ИСО 9001-2008. Системы менеджмента качества. Требования – Введ. 2008-12-18. – М.: Стандартиформ, 2008. – 64 с.

3) ГОСТ Р ИСО 9004-2010. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества – Введ. 2011-06-01. – М.: ИПК Изд-во стандартов, 2011. – 47 с.

4) ГОСТ Р 40.003-2008. Система сертификации ГОСТ Р. Регистр систем качества. Порядок проведения сертификации систем качества и сертификации производств – Введ. 2009-12-01. – М.: Издательство стандартов, 2008. - 43 с.

5) Международный стандарт ISO 14000. Системы управления окружающей средой. Требования и руководство по применению.

6) ГОСТ 12.0.230-2007 Система стандартов безопасности труда. Системы управления охраной труда. Общие требования

7) ГОСТ Р 6.30-2003. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов – Введ. 2003-07-01. – М.: Национальные стандарты, 2004. – 20 с.

Интернет-ресурсы:

- 1) <http://www.icqc.eu/ru/EU-Declaration-of-Conformity.php> - Сайт «Сертификация в Европейском союзе».
- 2) <http://сертификация-товара.рф/Sertifikaty/sertifikacziya-se.html> - Сайт «Сертификация СЕ».
- 3) http://www.nadzor-info.ru/blog_post.php?p=25623 - Сайт «Все о сертификации».
- 4) <http://quality.eur.ru/GOST/base-iso.htm> - Сайт «Менеджмент качества».
- 5) www.deming.ru Методы управления качеством [Электронный ресурс].
- 6) <http://www.cfin.ru/> – Сайт «Корпоративный менеджмент».
- 7) <http://www.ru.sgs.com> – Сайт органа по сертификации ЗАО «СЖС Восток Лимитед»

Раздел 7. «Думай сначала о малом!» - малое и среднее предпринимательство в Евросоюзе

Несмотря на свою многомиллионную армию малых и средних предприятий, Евросоюз все же не полностью использует свой предпринимательский потенциал. Превалирующие в Европе настроения в отношении рисков и возможностей предпринимательской деятельности в сторону первых, кризисные явления, происходящие сейчас в Еврозоне, достаточные, чтобы не работать, социальное обеспечение безработных существенно сокращают число желающих начать собственное дело. В дополнение к этому около 75% европейцев считают, что малому и среднему бизнесу затруднен доступ к финансовым ресурсам развития. Особенно трудно обстоят дела с финансированием начала бизнеса и его расширения. Повышение конкурентоспособности Евросоюза сегодня тесно связано не только с совершенствованием у его граждан предпринимательского мышления, но и развитием определенных механизмов и инструментов поддержки предпринимательской активности. К таким можно отнести¹²:

- развитие микрокредитования;
- активное использование инструментов европейского софинансирования для малых и средних предприятий (JEREMIE - Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises);
- развитие европейского рынка венчурного капитала;
- развитие совместных гарантийных обществ для малого и среднего бизнеса¹³.

¹² По данным Eurochambres.com

¹³ Подробнее на www.aesm.be

Сегодня усилия более 2000 региональных и местных Торговых Палат в Европе направлены на содействие развитию и процветанию малого и среднего бизнеса. Ежедневно более 19 млн. малых и средних европейских предприятий, в том числе в рамках Европейской сети поддержки предпринимательства (EEN), имеют прямой доступ к различным услугам, способствующим их активному развитию: от проведения рыночных исследований до содействия во внешнеэкономической деятельности.

В Европейском союзе действуют сейчас 23 млн. малых и средних предприятий (99% всех европейских предприятий). Это хребет европейской экономики. На малый и средний бизнес приходится 2/3 всех рабочих мест (75 млн. занятых) и около 80% созданных за последние пять лет рабочих мест в Евросоюзе¹⁴.

С 1 января 2005 года в ЕС действует новое определение малых и средних предприятий. В соответствии с ним под МСП понимается любой хозяйствующий субъект, независимо от правовой формы, который ведет экономическую деятельность¹⁵. МСП могут быть в форме единоличных и семейных предприятий, партнерств физических и/или юридических лиц, объединений (рисунки 9 – 11).

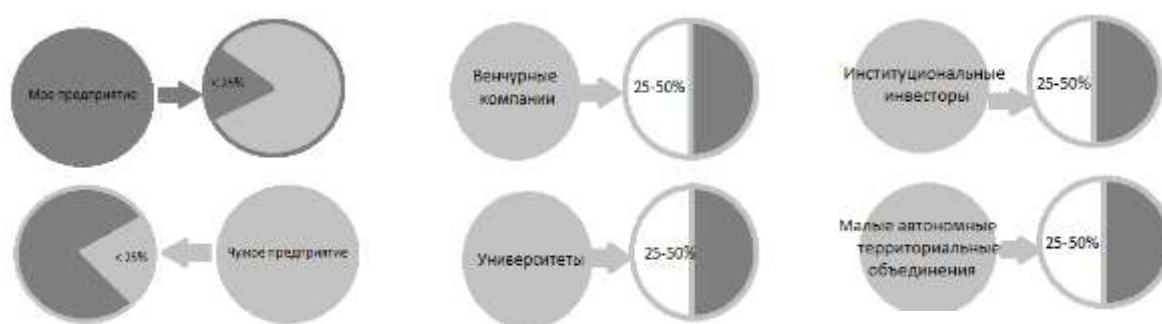


Рисунок 9 – Единоличное предприятие

¹⁴ Die neue KMU-Defenition. Benutzerhandbuch und Mustererklärung / Europäische Gemeinschaften / 2006. – S. 5.

¹⁵ Там же. Стр.12



Рисунок 10 – Партнерства

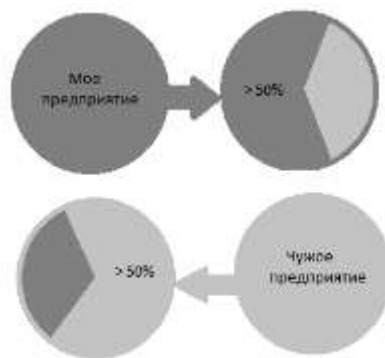


Рисунок 11 – Объединения

Численность работников МСП должна быть менее 250 человек, их годовой оборот менее 50 млн. евро, а валюта баланса не более 43 млн. евро (рисунок 12).

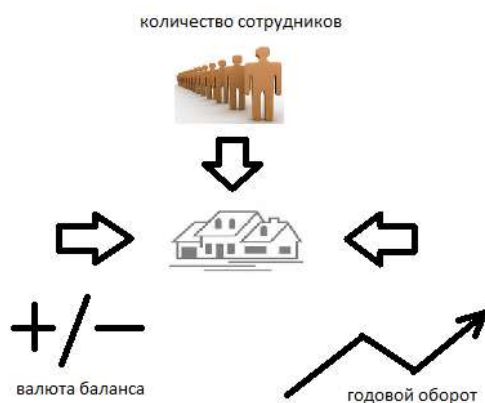


Рисунок 12 – Критерии отнесения хозяйствующего субъекта к малому или среднему предприятию

Определены три типа малых и средних предприятий (таблица 15):

- микропредприятия,
- малые предприятия,
- средние предприятия.

В июне 2008 года Европейской комиссией был принят так называемый «Small Business Act», который включает в себя широкий комплекс мероприятий, направленных на облегчение деятельности малого и

среднего европейского бизнеса. В целом документ описывает несколько основополагающих принципов, которыми должны руководствоваться политики на национальном и европейском уровнях для того, чтобы малые и средние предприятия могли полностью и без преград реализовать свой потенциал. Ключевой принцип здесь - «Думай сначала о малом» («Think Small First»), т.е. малый и средний бизнес должен быть всегда в центре внимания при выработке европейской политики, а принимаемые регулирующие нормы не должны усиливать административное давление на него.

Таблица 15 – Понятие малых и средних предприятий

	Количество работников	Годовой оборот		Валюта баланса
Средние предприятия	< 250	≤ 50 млн. евро (1996 г. – 40 млн. евро)	или	≤ 43 млн. евро (1996 г. – 27 млн. евро)
Малые предприятия	< 50	≤ 10 млн. евро (1996 г. – 7 млн. евро)	или	≤ 10 млн. евро (1996 г. – 5 млн. евро)
Микро-предприятия	< 10	≤ 2 млн. евро (до этого не было)	или	≤ 2 млн. евро (до этого не было)

Основными принципами «Small Business Act» являются¹⁶:

- 1) создание благоприятной среды для развития предпринимательства и семейного бизнеса;
- 2) честному предпринимателю в случае его банкротства должен быть быстро дан второй шанс;
- 3) создание регулирующих норм в соответствии с принципом «Думай сначала о малом»;

¹⁶ «Think Small First». «Small Business Act» for Europe / {SEC(2008) 2101}. {SEC(2008) 2102}. Brussels. 25.6.2008. COM(2008) 394 final. S.4.

4) быстрое реагирование на проблемы малых и средних предприятий (далее – МСП);

5) адаптация инструментов государственной политики к нуждам малого и среднего бизнеса: облегчение участия МСП в государственных закупках, а также совершенствование государственной поддержки МСП;

6) облегчение доступа МСП к финансированию и развитие правовой и бизнес-среды;

7) помощь МСП в извлечении максимальных возможностей, предлагаемых Единым Рынком¹⁷;

8) содействие профессиональному развитию МСП и всем формам инноваций;

9) содействие превращению проблем МСП в их возможности;

10) содействие МСП в извлечении максимальных выгод от растущих рынков.

Каждый из перечисленных выше пунктов имеет свое четкое определение в рамках «Small Business Act» и сопровождается планом конкретных мероприятий по улучшению бизнес и правовой среды для европейских МСП.

Начиная с января 2009 года Еврокомиссия проводит обязательный «МСП-Тест», направленный на выявление воздействия новых регулирующих норм на деятельность МСП. Считается нормой, когда 5,4 млн. микропредприятий являются прибыльными.

¹⁷ Имеется в виду единый европейский рынок

Снижение административного давления на бизнес способно, по мнению европейских экспертов, дополнительно принести эффект в 7,6 млрд. евро, а дальнейшая работа в этом направлении позволит его увеличить до 30 млрд. евро.

Важным направлением в развитии малого и среднего предпринимательства в Европе является переход на электронное ведение бухгалтерского учета для микропредприятий.

Европейская комиссия нацелена также на создание условий для удешевления и ускорения процесса создания предприятия. Сегодня в ЕС начинающий предприниматель тратит примерно 9 дней и 399 евро на создание предприятия. В 2007 году – 12 и 485 соответственно. Получение лицензий и различного рода разрешений в перспективе должно составлять в ЕС не более 1 месяца.

Сегодня в 22 странах-членах ЕС действуют своеобразные многофункциональные центры, которые оказывают широкий спектр услуг малому и среднему бизнесу. Например, они дают возможность создать общество с ограниченной ответственностью за одно посещение такого центра. Так, в Словении такие центры позволяют словенским МСП экономить более 10 млн. евро в год¹⁸. Благодаря такой системе работы с МСП не требуется больше передавать одни и те же данные о налогах, лицензиях или в целях статистики от одного чиновника другому.

Серьезной проблемой ЕС являются банкротства МСП. Ежегодно Евросоюз теряет в результате этого около 3 млн. рабочих мест и почти 700 тыс. МСП. Ситуацию усугубил прошедший финансовый кризис, который

¹⁸ Grosse Projekte fuer kleine und mittlere Unternehmen. Wie die EU den Mittelstand unterstuetzt / Europaeische Kommission / 2011. – S. 6. – ISBN 978-92-79-18952-4

существенно повысил неплатежеспособность МСП. В дополнение к этому в зависимости от страны ЕС предприниматель занимается процедурами, связанными с банкротством, от 4 месяцев до 9 лет. Это, естественно, мешает начинать ему новое дело. В некоторых странах ЕС, как, например, в Бельгии, Финляндии, Ирландии, Испании и Соединенном Королевстве приняты законы, которые ускоряют конкурсное производство.

Важной задачей Еврозоны является сегодня облегчение доступа МСП к финансовой поддержке со стороны ЕС. Во время прошедшего финансового кризиса многие МСП в Европе так и не получили возможность привлечь финансовые средства для развития и внедрения инноваций. Поэтому сейчас ЕС активно содействует развитию механизмов и форм поддержки МСП.

В частности, Евросоюз в рамках программы развития конкуренции и инноваций (СIP) поддерживает финансовых посредников, к которым относятся банки, лизинговые компании, гарантийные фонды, банки развития и которые поддерживают финансирование МСП в форме гарантий по кредитам (поручительства). Реализацией системы поручительств ЕС занимается специально созданный для этого Европейский инвестиционный фонд. По планам ЕС, к 2013 году около 400 тыс. МСП должны воспользоваться механизмом поручительств по кредитам и привлечь, таким образом, порядка 30 млрд. евро.

Другой механизм поддержки МСП – микрофинансирование. Здесь речь идет о микрокредитах до 25 тыс. евро, выдача которых для банков, в связи с высокими рисками невозврата и низкой рентабельностью, невыгодна. Микрофинансирование – это тоже часть программы СIP, которое на уровне ЕС курируется Европейским инвестиционным фондом, а на уровне регионов – инфраструктурными фондами в соответствии с европейской инициативой JEREMIE. В первую очередь микрофинансирование ориентировано на людей, потерявших работу и желающих начать собственное дело.

Долгосрочное кредитование МСП осуществляется через Европейский инвестиционный банк (ЕИБ). С 2008 по 2011 гг. ЕИБ предоставил 30 млрд. евро для МСП. Часть средств предоставлялась МСП через коммерческие банки в рамках договоров поручительств. Другая часть – распределялась на принципах смешанного финансирования.

Особое значение ЕС уделяет финансированию высокорисковых проектов start-up и инновационных предприятий через развитие системы «Бизнес-ангелов» и венчурных фондов.

Большое внимание уделяется финансовой поддержке предприятий, осуществляющих прикладные исследования. Это происходит в рамках 7 Рамочной Программы ЕС (7РП). 15% бюджета всех кооперационных программ в рамках 7РП (5 млрд. евро) идет на финансирование исследований МСП.

«Узким местом» ликвидности МСП является их просроченная задолженность по платежам. В разных странах Европы период, в течение которого требуется оплатить выставленный счет, разный. Евросоюз пытается унифицировать этот период. Например, органы государственной власти должны оплачивать счета в течение 30 дней. В противном случае, они должны платить установленный на уровне ЕС минимальный процент за просрочку. Только одна эта мера может дополнительно увеличить ликвидные средства предприятий на 180 млрд. евро.

Вышеперечисленные, а также другие меры способствуют повышению конкурентоспособности европейского малого и среднего предпринимательства. В целом, политики ЕС сегодня ставят малый и средний бизнес во главу угла всего развития Евророзоны.

Рассмотрим некоторые примеры создания и развития бизнесов в странах Евросоюза. Для наглядности сравнения обратимся к передовому в

этом смысле немецкому опыту, к опыту Австрии, а также к опыту стран, являвшимися долгое время нашими надежными социалистическими партнерами – Чехии и Венгрии.

Малое и среднее предпринимательство в Германии

Малое предпринимательство в Германии является одним из важнейших секторов экономики, которое насчитывает более 3,2 млн. малых и средних предприятий (МСП), а также лиц, имеющих собственное дело (индивидуальные предприниматели). Примерно 99,7 % всех предприятий относятся к МСП.

Официальное определение малого предприятия в Германии отсутствует.

Организационно-правовые формы малого предпринимательства, согласно немецкому законодательству, систематизированы в таблице 16.

В общих чертах организационно-правовые формы малого и среднего предпринимательства в Германии, согласно законодательству, можно поделить на две группы:

- товарищества различного рода, в которых участвуют два и более учредителей;

- корпоративные объединения, имеющие статус юридического лица.

К ним можно добавить, как отдельный вид предпринимательства, индивидуальное предпринимательство.

Все малые предприятия за исключением индивидуальных предпринимателей и гражданско-правовых обществ (GbR) обязаны пройти регистрацию в торговом реестре.

Таблица 16 – Организационно-правовые формы малого предпринимательства в законодательстве Германии

	Einzel-Unternehmer	GBR	OHG	KG	GmbH & Co	GmbH	UG	AG
	Индивидуальное предприятие	Гражданско-правовое общество	Открытое торговое общество	Коммандитное товарищество		Общество ограниченной ответственности		Акционерное общество
Наличие минимального капитала	Нет	Нет	Нет	Нет	Да	Да	Да	Да
Ограниченная личная ответственность	Нет	Нет	Нет	Частично	Да	Да	Да	Да
Свобода принятия решения	Да	Да	Да	Да	Да	Нет	Нет	Нет
Минимум формальностей и соблюдения обязательной формы	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Нет (*)	Нет (*)	Нет
Обязательная регистрация в торговом реестре (Handelsregister)	Нет (*)	Нет (*)	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Высокая репутация и кредитоспособность за счет личной ответственности	Да	Да	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Нет

Исключения:

(*) – «да» в отношении представителей так называемых свободных профессий (врач, художник, фотограф и т. д.) и владельцев мелкого кустарного производства.

Торговый реестр (Handelsregistr) - это официальный перечень всех предприятий, зарегистрировавших свою деятельность в соответствующем судебном округе. В торговом реестре содержатся сведения о названии фирмы, юридический адрес, информация о лицах, наделенных правом представительства, и об ответственности участников, организационно-правовая форма и в установленных законом случаях размер уставного капитала. Малые предприятия обязаны вносить в торговый реестр также все

значимые изменения, связанные с существованием и деятельностью компании (фирмы). Содержание торгового реестра открыто для любого заинтересованного лица и публикуется в печатных изданиях, перечень которых определяется судом, ведущим реестр.

Все подаваемые для занесения в реестр документы подлежат заверению у нотариуса.

Необходимо отметить, что при наличии у индивидуального предпринимателя (ИП) определенных объективных признаков, таких как годовой торговый оборот свыше 260 тыс. евро, годовой доход свыше 25 тыс. евро и определенное количество наемных работников, его обязывают пройти регистрацию в торговом реестре. И с этого момента ИП приобретает статус «коммерсант» (Kaufmann), деятельность которого регулируется Торговым кодексом Германии (Handelsgesetzbuch - HGB). Размер установленной за внесение в торговый реестр пошлины и нотариальных сборов зависит от стоимости регистрируемого предприятия

Для того, чтобы зарегистрировать фирму в Германии необходима следующая информация:

1. Сведения об учредителе (учредителях) и директоре (директорах) компании: ФИО, дата и место рождения, место прописки, номера паспортов (копия заграничного паспорта).

2. Если учредители – юридические лица, то потребуются уставные документы компании и решение о создании предприятия за рубежом.

3. Сведения о размере уставного капитала и распределение долей между учредителями.

4. Предполагаемое название фирмы (желательно 3-4 варианта в порядке предпочтительности).

5. Юридический адрес, на который планируется зарегистрировать предприятие.

6. Перечень планируемых видов деятельности.

7. Документ об оплате уставного капитала.

В зависимости от федеральной земли и работы регистрирующего органа срок регистрации фирмы в Германии может составить от 6 до 8 недель с момента подписания документов у нотариуса и формирования уставного фонда в предусмотренном размере.

Ведение бухгалтерского учета и финансовая отчетность в Германии всецело определяются Торговым кодексом Германии (HGB: Handelsgesetzbuch). Торговый кодекс Германии содержит полный объем требований, предъявляемых к индивидуальной финансовой отчетности, и основные требования, предъявляемые к консолидированной финансовой отчетности. Разработка дополнений и пояснений к основным правилам составления консолидированной отчетности, рекомендаций и создание новых, а также изменение старых стандартов – это прерогатива Немецкого комитета по стандартам финансовой отчетности (DRSC).

В соответствии с Торговым кодексом бухгалтерский учет в Германии рассматривается как:

- информация для предпринимателя об имуществе, задолженности, прибыли, убытках, затратах и доходах;
- доказательство при судебных разбирательствах;
- отчет управляющих капиталом перед инвесторами;
- основа для определения налогов и финансового управления организациями;

- информация о кредитоспособности заемщиков и использовании кредитов.

В Торговом кодексе устанавливаются минимальные требования по ведению учета и составлению финансовой отчетности для всех компаний, осуществляющих коммерческую деятельность, основные требования к консолидированной отчетности. Эти требования различаются в зависимости от величины предприятий, которые делятся на малые, средние и крупные

Помимо этого, существует ряд законов, регламентирующих деятельность отдельных видов компаний. Закон об акционерных обществах (Aktiengesetz, или AktG), Закон об обществах с ограниченной ответственностью (GmbH, или GmbHG), Публичный закон (Publizitaetsgesetz, или PublG) и др.

Компании с годовым оборотом менее 500 тыс. евро и прибылью, не превышающей 50 тыс. евро, не обязаны в Германии вести никаких бухгалтерских записей (упрощенное регулирование).

В Германии существует два способа ведения бухгалтерского учета:

- бухгалтерский учет для малых предприятий (kleinbetriebliche Buchfuehrung), именуемый также упрощенным бухгалтерским учетом;
- предпринимательский бухгалтерский учет (kaufmaenische Buchfuehrung), называемый также двойным бухгалтерским учетом (doppelte Buchfuehrung).

Предпринимательский бухучет обязаны вести все занесенные в торговый регистр фирмы, а также те не занесенные в торговый регистр предприятия, чей объем реализации товаров (услуг) превышает 350 000 евро в год или размер прибыли превышает 30 000 евро в год.

Огромное влияние на учет и отчетность в Германии оказывает налоговое законодательство, практически запрещающее пользование налоговыми льготами, если они не нашли отражения в бухгалтерском учете.

В немецкой системе налогообложения налоги стандартно делятся на прямые и косвенные.

Прямые налоги (*direkte Steuern*) – это налоги, при уплате которых налогоплательщик и фактический плательщик являются одним и тем же лицом. Примером прямого налога является подоходный налог с физических лиц.

Косвенные налоги (*indirekte Steuern*) – налоги, при уплате которых налогоплательщик и фактический плательщик (т. е. тот, кто финансирует уплату налога из своих средств) являются разными лицами. Примером косвенного налога может служить налог на пиво. Налогоплательщиком по уплате налога на пиво выступает производитель или продавец пива. Фактически плательщиками данного налога являются потребители пива.

Таблица 17 – Прямые и косвенные налоги, предусмотренные законодательством Германии

Наиболее важные прямые налоги	Наиболее важные косвенные налоги
<ul style="list-style-type: none">• Подоходный налог• Корпоративный налог• Промысловый налог• Земельный налог• Налог на наследство	<ul style="list-style-type: none">• Налог на добавленную стоимость• Налог на нефтепродукты• Налог на табак• Налог на пиво• Страховой налог

Налоги, которыми облагаются физические и юридические лица также называются субъектными. Например: подоходный налог, корпоративный налог.

Налоги, которыми облагаются объекты независимо от их принадлежности, называются объектными. Например: земельный налог,

налог с транспортных средств. Объектные налоги снижают налогооблагаемую базу по налогу на прибыль, субъектные нет.

Налоги группируются также по географии их бюджетного поступления и использования: федеральные, земельные, местные, совместные (Таблица 18).

Таблица 18 – Группировка налогов Германии по географии

Местные налоги	Совместные налоги
<ul style="list-style-type: none"> • Промысловый налог • Земельный налог 	<ul style="list-style-type: none"> • Подоходный налог • Корпоративный налог • Налог на добавленную стоимость
Федеральные налоги	Земельные налоги
<ul style="list-style-type: none"> • Налог на нефтепродукты • Налог на табак • Страховой налог • Таможенные сборы 	<ul style="list-style-type: none"> • Налог на транспортные средства • Налог на пиво • Налог на приобретение недвижимости

Подробно рассмотрим следующие три налога:

1. Налог на добавленную стоимость (Mehrwertsteuer или Umsatzsteuer) составляет 19 %, а по некоторым товарным группам – 7 %, или отсутствует. При экспорте налог на добавленную стоимость полностью возвращается. Возврату подлежит также налог на добавленную стоимость, оплаченный на производственные затраты: аренда помещений, приобретение оборудования, телефон, бензин, реклама и т.д.

Налог на добавленную стоимость оплачивается до 15-го числа в следующем месяце после отчетного периода. Отчетным периодом может быть выбран квартал или месяц. Возврат налога на добавленную стоимость осуществляется на протяжении месяца после подачи декларации, без необходимости дополнительного составления отчетов и проверок.

2. Налогообложение прибыли, осуществляется двумя видами налогов:

- налог на промышленную деятельность (Gewerbesteuer) – местный налог, его ставка определяется региональными органами власти (в среднем 15–20 %). Полностью относится на производственные затраты;
- федеральный корпоративный налог (Körperschaftsteuer) – 25 % от прибыли за вычетом налога на промышленную деятельность.

Налогообложение прибыли в Германии производится по результатам деятельности за календарный год. При этом разрешается включение в статьи затрат представительских расходов, оплаты такси и затрат по найму жилья для иностранных граждан, также разрешается использовать разнообразные налоговые льготы.

3. Выплаты в социальные фонды и подоходный налог:

– Работа с ежемесячной зарплатой менее 400 евро считается «базисом». Работодатель выплачивает 25 % от суммы зарплаты на социальное страхование и налоги. Работник не платит ничего.

– Начиная с 400,01 евро сотрудник имеет полноценное пенсионное, медицинское страхование и страхование на случай безработицы. Работодатель платит в среднем 21 % от суммы зарплаты. Из зарплаты работника также вычитаются взносы на оплату страховок.

– Начиная с 800 евро размер этих взносов равен сумме, оплачиваемой работодателем, т. е. в среднем 21 %, а в диапазоне от 400,01 евро до 800 евро прогрессивно увеличивается от 0 до 21 %.

– Подоходный налог в Германии зависит от налогового класса (т. е. семейного положения). До определенной суммы налог не взимается (базис 400 евро). Далее действует прогрессивная шкала, начиная с 16 %.

Основные налоговые ставки, на первый взгляд, могут показаться достаточно высокими, но налоговая система Германии позволяет очень существенно снижать налогооблагаемую базу, и практически любой грамотный налоговый консультант может легко свести уровень выплачиваемых налогов до 30 % и ниже. При этом способы оптимизации налогообложения, которые используют налоговые консультанты, являются абсолютно законными.

Также следует заметить, что практически отсутствуют ограничения при работе с наличными и не существует регулирование лимитов кассы.

Предпринимательство в Австрии

Несмотря на скромные размеры и сравнительно небольшое население, Австрия является развитой индустриально-аграрной страной, с хорошо развитой рыночной экономикой. Более того, ее можно отнести к числу наиболее развитых государств Европы. Основными отраслями Австрии являются машиностроительная, металлообрабатывающая, пищевая, автомобильная, химическая промышленности, а также отрасль по производству предметов роскоши. В сельском хозяйстве широкое распространение получили молочное животноводство, виноградарство и плодоводство, производство зерновых культур. В течение последних нескольких лет в этой центрально-европейской стране значительно выросло значение сферы услуг, в особенности, финансовых услуг.

Так как внутренний рынок Австрии невелик, то для страны огромное значение имеет международная торговля. Австрия участвует в качестве полноправного члена во Всемирной торговой организации с 1955 года, а также в Организации экономического сотрудничества и развития с 1948 года. Основное экономическое интеграционное объединение для Австрии – Европейский Союз, в котором это государство участвует с 1995 года и входит Еврозону.

Экономика Австрийской республики – одна из самых развитых в Европейском союзе, она отличается очень высоким уровнем ВВП на душу населения. Кроме этого, в стране низкий уровень инфляции (около 0,4% в год) и невысокий уровень безработицы (около 4%).

Экспорт Австрии направлен на реализацию продукции своих производств, а импорт, в значительной степени – на ввоз природных ресурсов, недостаток которых в Австрии довольно ощутим. Структура импорта состоит, преимущественно, из готовой продукции, причем более половины занимают потребительские товары. Ввозятся также в больших количествах нефть, газ, руды, химическое сырье, природные ископаемые в целом (в стране нет значительных залежей полезных ископаемых), пищевые товары, бытовая электроника и т.д.

Ввозимые в Австрию товары облагаются импортным налогом с оборота (соответствует внутреннему НДС) и потребительскими налогами. В Австрии действуют жесткие нормы и стандарты, а также существует контроль над вывозом товаров военного и двойного назначения.

Основным инструментом тарифного регулирования товарных потоков в торговле Австрии со странами - не членами ЕС является действующий в Австрии Единый таможенный тариф ЕС в редакции Австрийского таможенного тарифа практического пользования. В нетарифной сфере действуют количественные ограничения и специальные нормы регулирования ЕС для ряда товаров, а также применяются антидемпинговые меры Евросоюза.

Австрийская республика принимает активное участие в международном движении капитала. Ее стратегической задачей продолжает оставаться повышение привлекательности Австрии и ее столицы, Вены, как одного из международных центров экономической, финансовой и предпринимательской активности для вложений австрийских и иностранных

капиталов. Одной из основных целей вступления Австрии в ЕС является обеспечение масштабного притока зарубежных инвестиций.

Австрия, наряду с США, Германией, Нидерландами и Францией, входит в первую пятерку крупнейших иностранных инвесторов в экономику стран Восточной Европы.

Иностранным инвестициям на условиях взаимности в Австрии предоставляется национальный режим. Созданное в 1983 государственное специализированное агентство успешно поддерживает размещение иностранных предприятий в Австрии.

С точки зрения торговли технологиями, то позиции Австрии здесь, хотя и довольно ограничены, но заметны. Участие страны в международном обмене технологиями заключается, в основном, в создании технологических парков. В Австрии насчитывается около 2000 высокотехнологических исследовательских и инновационных центров. Более 300 высокотехнологических производственных сетей предприятий представлены в аэрокосмической, автомобильной отраслях, биотехнологии, микроэлектронике, телекоммуникациях. Австрия является одним из технологических лидеров в европейской автомобильной индустрии. В стране располагаются мировые и европейские компании в сфере биотехнологий и медицины, фармацевтические гиганты. Более 150 лицензий было зарегистрировано в области телекоммуникаций. В настоящее время около 10% австрийских предприятий действуют в высокотехнологических отраслях экономики. В то же время общий процент торговлей технологиями в масштабах экономики Австрии довольно скромнен и в абсолютных числах не превышает 20 млрд. долл. (мене 7 % ВВП).

Среди основных причин, по которым многие предприниматели хотели бы организовать свой бизнес в Австрии – спокойствие страны, умеренность климата и масса бизнес-возможностей.

В Австрии есть несколько организационно-правовых форм фирм, среди которых наибольшее значение имеют такие формы, как акционерное общество (Aktiengesellschaft - AG) и общество с ограниченной ответственностью (Gesellschaft mit beschrenkter Haftung - GmbH). Общество с ограниченной ответственностью используется чаще всего для международной торговли и инвестирования.

Очень важно сначала определиться со сферой бизнеса, и только потом выбирать наиболее подходящую форму организации этого самого бизнеса. Это необходимо сделать так как большинство возможных малых бизнесов в Австрии требуют обязательного лицензирования. В таблице 19 представлены учреждения, выдающие лицензии.

Таблица 19 – Учреждения, выдающие лицензии в Австрии

Для видов деятельности, требующих получения ведомственного разрешения	Для всех других видов деятельности
<ul style="list-style-type: none"> • Губернатор федеральной земли - der Landeshauptmann; • В Вене: отдел магистрата 63 	<ul style="list-style-type: none"> • В городах: магистрат; • В Вене: районный отдел магистрата - Magistratische Bezirksamt; • В посёлках : Bezirkshauptmannschaft

После получения лицензии и регистрационных документов необходимо встать на учёт в австрийской торгово-промышленной палате. Это обязательное условие для всех новых фирм и предприятий.

Отметим, что в области страховой и банковской сферы государство наложило некоторые ограничения на деятельность австрийских фирм. Кроме того, те области, на которые государство сохранило за собой монополию, также попали под ограничения. Сюда относятся игорный бизнес, теле- и радиовещание, организации общественного транспорта, производство, а также импорт табачных изделий, проведение лотерей. В дополнение, только с предварительного согласия государства иностранные граждане могут приобрести недвижимость на территории Австрии.

80% прямых иностранных инвестиций в Австрию осуществляется в форме Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) – общество с ограниченной ответственностью, 10% – в форме Aktiengesellschaft (AG) – акционерное общество, остальные – с использованием других организационно-правовых форм.

Уставной капитал для GmbH составляет, как минимум, 35 тыс. евро, для AG – 70 тыс. евро. При регистрации должно быть представлено на счете, как минимум, 50 % от суммы уставного капитала, оставшуюся часть капитала можно внести позже. Однако частичное первоначальное внесение средств в уставный капитал не рекомендуется физическим лицам, которые впервые открывают бизнес в Австрии, так как для физических лиц первичное инвестирование освобождается от налога на инкорпорирование, который составляет 1% от инвестированных средств (согласно Закону о поддержке новых фирм).

Более того, в этом случае дается освобождение и от налогов, которые сопутствуют выплате заработной платы сотрудникам в течение двенадцати календарных месяцев с момента основания компании. Освобождение предоставляется лишь при условии, если физическое лицо открывает совершенно новый бизнес, а не переносит уже существующий бизнес в Австрию. Для освобождения налога на инкорпорирование необходимо получить подтверждение Торговой палаты Австрии.

Гражданство и/или место жительства учредителей роли не играют, однако для работы в Австрии гражданам государств, не входящих в Европейский экономический регион (ЕЕА), требуется получение вида на жительство и, зачастую, разрешения на работу.

Зарегистрированный офис фирмы должен быть в Австрии. В Австрии должен находиться и представитель компании (в случае, если ни один из директоров не является резидентом Австрии).

Законодательно нет ограничений на место проведения собрания директоров и на место общего ежегодного собрания акционеров. Устав – Gesellschaftsvertrag (для общества с одним пайщиком: Учредительная декларация – Erklaerung ueber die Errichtung der Gesellschaft) подписывается в присутствии нотариуса и должен включать следующие сведения: наименование, местонахождение, уставной капитал и первоначальный взнос каждого пайщика. Затем общество регистрируется в Торговом реестре (Firmenbuch) и публикует объявление в официальной газете о своей регистрации.

Время регистрации GmbH от момента нотариального заверения подписей под учредительными документами до внесения записи в Торговый реестр составляет около 2 недель.

В целях стимулирования создания новых фирм на австрийском экономическом рынке недавно были приняты новые дополнения к закону о лицензиях на предпринимательскую деятельность, облегчающие открытие собственных предприятий.

Чтобы фирма в Австрии имела право осуществлять собственную деятельность, она должна иметь не только собственного управляющего, но и так называемого управляющего по лицензии (Gewerberechtlicher Geschaeftsfuehrer), в обязанности которого входит контроль и соблюдение правил осуществления той деятельности, которая указана в лицензии, и который несет полную ответственность за это перед соответствующими государственными органами.

Вновь приехавший иностранец не может занимать эту должность у себя в фирме, но есть исключения. В случае, если иностранным гражданином была получена виза в целях предпринимательства (Niederlassungsbewilligung) и организация имеет вид деятельности, который отнесен к типу «свободных» (Freigewerbe), то иностранный гражданин имеет право быть на своем

предприятию управляющим по лицензии. Во всех прочих случаях управляющий по лицензии должен быть оформлен на работу в фирме минимум на 20 часов в неделю.

Важным элементом стимулирования капиталовложений в промышленность является облегчение доступа средних и малых предприятий к банковским кредитам и гарантиям. При этом государство идет на предоставление льготных государственных гарантий на частные капиталовложения в собственные производственные предприятия и временное освобождение этих инвестиций от налогообложения.

Упрощение и оптимизация режима налогообложения предприятий составляет важное звено государственной промышленной политики. В частности, в последнее время в Австрии упразднены налог на имущество предприятий и промысловый налог.

Хотя налоговая система в Австрии в целом довольно сложна и насчитывает около 100 различных налогов и сборов, основными налогами и сборами, используемыми государством в качестве инструментов экономической и промышленной политики и оказывающими непосредственное влияние на хозяйственную деятельность промышленных предприятий, являются корпорационный налог (34% от налогооблагаемой прибыли), коммунальный налог (3% от фонда заработной платы), сбор в фонд семейных пособий (4,5% от фонда заработной платы) и налог на добавленную стоимость (в зависимости от вида товара, обычная ставка – 20%, уменьшенная – 10%).

Расчеты с государством по налогам отражаются в налоговом балансе промышленного предприятия, который, как правило, составляется при содействии специальных налоговых советников, привлекаемых предприятием на договорных началах. Проверка и подтверждение налогового баланса производится налоговыми органами, входящими в

систему федерального министерства финансов. Нарушения налогового законодательства влекут за собой как административную, так и уголовную ответственность.

Большое значение в государственной промышленной политике, как и в решении вопросов сохранения и создания рабочих мест, имеет обеспечение предпосылок роста частного предпринимательства, либерализация административно-правовых требований, упрощение и ускорение учрежденческо-организационных процедур в процессе создания и передачи производственных предприятий и фирм, улучшение информационного и консультационного обслуживания начинающих предпринимателей.

Предпринимательство в Венгрии

Несмотря на то, что в разделе по предпринимательству в Германии все кажется простым и понятным, было бы заблуждением полагать, что вход на европейский рынок через страны с высоким уровнем конкуренции, такие, например, как Германия или Австрия, для российских продуктов, пусть даже инновационных, будет легким.

Другое дело – страны Восточной Европы. В особенности, страны бывшего соцлагеря, где с одной стороны, Россию помнят как коммунистический СССР, но с другой, готовы всячески с ней работать и развивать деловые связи.

Для российского продукта бывший соцлагерь – это реальный шанс выйти на международную арену. Сегодня Еврозона представлена комплексом государств, которые с экономической точки зрения развиты неодинаково. Ведущие страны Европы готовы жертвовать частью своего экономического благополучия ради развития «отсталых» в экономическом плане регионов Евросоюза. «Аутсайдеры» европейской экономики также желают серьезно укрепить свой экономический потенциал. Поэтому любой

продукт, который принесет дополнительные инвестиции в экономику стран Восточной Европы, будет поддержан как со стороны местных властей, так и со стороны Евросоюза в целом, который заинтересован в выравнивании уровня жизни во всех странах Европы.

Примером здесь может послужить Венгрия.

Сегодня Венгрия находится в переходной стадии экономического развития: от эффективного производства в инновационную экономику. ВВП страны составляет 129 млрд. долл. США по паритету покупательной способности. Это почти 13 тыс. долл. США на душу населения. Венгрия занимает 52 позицию в рейтинге стран по Индексу глобальной конкурентоспособности (GCI). При этом все три группы критериев оценки данного индекса имеют для Венгрии примерно одинаковое значение: базовые критерии – 59 место, эффективность производства – 41 место, инновации – 51 место. Вместе с тем, финансовый кризис и смена правительства сильно отразились на экономике Венгрии. По индексу GCI из 27 стран Евросоюза, Венгрия находится на 22 позиции. С точки зрения условий ведения бизнеса, Венгрия, согласно исследованиям Всемирного банка¹⁹, находится на 51 месте (из 183 стран) в мире и на 27 месте среди стран Организации экономического сотрудничества и развития.

До вступления в действие с 1 января 2012 года новой Венгерской Конституции одним из способов выхода продукта на Еврорынок через Венгрию являлось привлечение финансирования Европейского союза на развитие отсталых регионов Венгрии. Евросоюз, стараясь выровнять уровни жизни стран – членов ЕС, активно вкладывал денежные средства в экономику слаборазвитых регионов Венгрии. В Республике был разработан

¹⁹ doingbusiness.org

план развития - New Szechenyi Plan²⁰, в котором определены 7 приоритетных сфер: здравоохранение, «green economy», строительство и развитие объектов недвижимости, развитие малого и среднего бизнеса, наука и инновации, рост занятости населения, связь и транспорт. В соответствии с этим планом на развитие указанных сфер было запланировано 900 млрд. форинтов (около 150 млрд. руб.). Указанные средства поддержки предполагалось использовать на покупку станков, оборудования и IT-инфраструктуры, строительство производственных и складских помещений, развитие логистики, обучение, научно-исследовательскую деятельность и инновации, энергетику и защиту окружающей среды, инвестиции в развитие туризма.

Установлено несколько базовых условий, при которых возможно получить такую субсидию. Первое и самое главное – запланированная деятельность должна принести в среднесрочном периоде инвестиции в экономику Венгрии. Второе – субсидия предоставляется венгерским предприятиям (гражданская принадлежность собственников значения не имеет) с минимум одним венгерским рабочим. При этом иностранные инвесторы могут создать и зарегистрировать собственную фирму в Венгрии, либо купить уже действующую венгерскую фирму. Третье условие – софинансирование. В зависимости от района Венгрии сумма различна. Например, в пределах района Пешт – от 10 до 35 %, за пределами – 30-40 %.

Принятие новой Конституции осложнило отношения Венгрии с Евросоюзом. У одних Конституция вызвала острую критику, другие не нашли в ней ничего инновационного, чего бы ранее не встречалось в конституциях других стран Европы, таких как, например, Польша, Словакия,

²⁰ По информации Агентства содействия развитию малого и среднего бизнеса MARI, www.mari.hu

Болгария²¹. Опасение вызывает тот факт, что в соответствии с новой Конституцией, Конституционный суд Венгрии теряет право выносить решения по делам, исход которых может повлиять на бюджетную политику страны. Фактически это может означать, что правящий «Венгерский гражданский союз» («ФИДЕС») получает полную свободу в вопросах налогово-бюджетной и кредитно-денежной политики. Существующая оговорка о восстановлении права Конституционного суда решать вышеуказанные вопросы при достижении государственного долга Венгрии в 50% от ВВП является, скорее, формальностью (на данный момент государственный долг Венгрии составляет 80% ВВП)²².

Кроме того, существует опасение, что в долгосрочной перспективе может произойти смена юридической системы Венгрии. В дополнении к этому органы исполнительной власти получают больше власти над судами и СМИ. Все это может существенно ограничить права иностранных инвесторов и усложнить выход российских продуктов на венгерский рынок, а через него на рынки Европы.

Вместе с тем, стоит отметить, что венгерская экономика имеет существенный потенциал в виде существующей образовательной и инновационной инфраструктуры. Вне зависимости от целеустремлений венгерского парламентского большинства, несомненным фактом является, то, что только совершенствование Евросоюза, международная кооперация и иностранные инвестиции, как финансовые, так и интеллектуальные, и

²¹ Пупинг Грегор, Пекорарио Алессιο, Эрнест Анна / Меморандум «Новая Венгерская Конституция» 25 апреля 2011 года / Европейский правовой центр. – 19 мая 2011 года. – Стр. 18

²² Euromag.ru

технологические, способны сегодня повысить конкурентоспособность экономик Восточной Европы, в частности, экономики Венгрии.

Прогноз авторов методического пособия состоит в том, что в ближайшее время экономика Венгрии и юридические основы ее деятельности не претерпят существенных изменений, которые способны значительно ухудшить положение иностранных инвесторов, а также малого и среднего бизнеса, который составляет основу венгерской экономики. Рассмотрим ключевые моменты создания и развития бизнеса в Венгрии.

В Венгрии 97% от общего числа хозяйствующих субъектов составляют малые и средние предприятия. Около 70% от общего числа занятых работают в сфере малых и средних предприятий.

Согласно венгерскому законодательству, к малым предприятиям относятся хозяйствующие субъекты, число занятых в которых не превышает 50 человек, а годовой доход - 700 млн. форинтов (около 3 млн. долларов США).

В соответствии с проводимой в Венгрии государственной экономической политикой, поддержка малого предпринимательства осуществляется, с одной стороны, по линии венгерских национальных программ экономического развития, международных программ, финансово-кредитной поддержки, в т.ч. посредством льготного кредитования, субсидирования процентных ставок по коммерческим кредитам, предоставления гарантий, с другой стороны – по линии системы налоговых льгот и преференций.

Осуществляемая в настоящее время государственная экономическая политика поддержки малых предприятий включает также в себя целенаправленное снижение административной и налоговой нагрузки для них.

Наиболее распространенной формой компаний в Венгрии является общество с ограниченной ответственностью (ООО) и командитное товарищество (КТ). Они могут быть созданы как физическими, так и юридическими лицами, в том числе иностранными. Никаких ограничений по гражданству, национальности, возрасту и т.п. в отношении учредителей не имеется. Компании могут быть также созданы исключительно иностранными учредителями, участие граждан Венгрии в компании при этом не обязательно. Однако для получения государственной поддержки в компании должны работать сотрудники – граждане Венгрии. Важно отметить, что фирма, созданная со стопроцентным иностранным участием, обладает теми же правами и несет ту же ответственность, что и «обычная венгерская» компания.

Регистрация компаний в Венгрии осуществляется Регистрационной Палатой по месту нахождения юридического адреса компании. Документы для регистрации должны быть поданы в течение 30 дней со дня подписания учредительного договора компании. Срок регистрации компании составляет для ООО 60 дней, а для КТ – 30 дней с момента подачи документов в Регистрационную Палату.

Во всех случаях составление регистрационных документов компании и их подача в Регистрационную Палату в обязательном порядке осуществляется адвокатами либо адвокатскими конторами.

Адвокат составляет устав фирмы, бланки образцов подписей, заявление в Регистрационную Палату и остальные необходимые документы. Количество учредителей для ООО не ограничено.

Затем устав фирмы в присутствии адвоката подписывают все учредители фирмы, а адвокат заверяет своей печатью. Затем следует заверить образцы подписей исполнительных директоров фирмы. Учредители обычно становятся исполнительными директорами с правом первой подписи.

После получения банковской справки о внесении средств и заключения договора о банковском обслуживании фирмы, адвокат комплектует документы, ставит фирму на учет в торгово-промышленной палате и передаёт документы в Регистрационную Палату, которая выдаёт временное регистрационное соглашение. Решение о регистрации фирмы суд должен вынести не позднее 60 дней со дня подачи документов.

После получения временного регистрационного разрешения фирме присваивается налоговый номер, номер учёта в статистическом управлении и номер медицинского страхования. Следующий этап – постановка фирмы на бухгалтерский учет.

Если у иностранного учредителя или директора компании нет местожительства на территории Венгрии, то он одновременно с подачей документов для регистрации компании должен назначить доверенное лицо, имеющее местожительство в Венгрии для получения официальной корреспонденции.

В соответствии с законодательством Венгрии иностранным инвесторам обеспечивается полная защита и безопасность. Любой ущерб, нанесенный собственности иностранного инвестора, включая национализацию или экспроприацию, должен быть немедленно возмещен в размере, соответствующем действительной в данный момент стоимости ущерба. Сумма возмещаемого ущерба должна быть выплачена потерпевшему в той валюте, в которой были осуществлены инвестиции.

Создаваемые с иностранным участием предприятия могут, в свою очередь, сами учреждать предприятия, а также приобретать долю в уже действующих предприятиях.

Важнейшими правилами функционирования предприятий с иностранным участием являются:

- обязанность платить налог на прибыль;
- налог на добавленную стоимость, уплаченный предприятием в результате капиталовложений, возвращается в размере 100%;
- предприятие может свободно осуществлять свою ценовую политику;
- бухгалтерский учет и отчетность ведется в венгерских форинтах.

Венгрия применяет систему налогообложения на основе добровольных налоговых деклараций с относительно короткими сроками их представления в налоговое управление. Налоговая декларация содержит лишь ограниченный объем информации, однако Управление налогового и финансового контроля Венгрии имеет право на проведение детального расследования. При просрочке уплаты взимаются пеня и штраф, и размер последнего может быть значительным.

Важнейшие элементы налоговой системы – налог на прибыль, общий налог с оборота, местные налоги, подоходный налог.

С 1 января 2003 г. для малых предприятий введен новый вид налога – упрощенный предпринимательский налог, на который, согласно Закону «О бухгалтерском учете», могут перейти хозяйствующие субъекты, годовой доход которых, включая налог с оборота, не превышает 15 млн. форинтов:

- частные предприниматели;
- юридические лица: товарищество с ограниченной ответственностью,
- кооператив, адвокатское бюро, патентное бюро, ассоциация лесовладельцев.

– без образования юридического лица: коммандитное товарищество (паевое общество), договорное предприятие (общество с неограниченной солидарной ответственностью).

Предпринимательство в Чехии

Первым и важным шагом организации бизнеса в Чешской Республике является создание предприятия.

Наиболее распространенными формами юридических лиц в Чехии являются Общества с ограниченной ответственностью (ООО) и Открытые акционерные общества (ОАО).

Общими чертами этих форм организации предпринимательства являются:

1) акционеры ОАО и компаньоны ООО защищены от кредиторов Общества. Акционер ОАО не несет ответственности по обязательствам общества. Компаньон ООО несет ответственность совместно и нераздельно с другими компаньонами общества до размера общей суммы неуплаченных частей взносов всех компаньонов согласно состоянию записи в торговом реестре;

2) ООО и ОАО может быть учреждено всего лишь одним лицом. Но в случае с ОАО – только юридическим лицом;

3) для записи каждой формы общества в торговый реестр – публичном перечне предпринимателей, который ведется при соответствующем суде – необходимо иметь предпринимательское свидетельство;

4) все формы обществ должны иметь резервный фонд для возмещения убытков (это статья бухгалтерского баланса предприятия).

В дополнении к двум названным, распространение получила также другая форма организации бизнеса – организационное звено иностранного

общества. Оно не считается чешским юридическим лицом (нерезидент). Требования по организации организационного звена иностранного общества аналогичны требованиям по созданию ООО. Организационное звено иностранной компании и его руководитель должны быть внесены в соответствующий Торговый реестр.

Ключевыми налогами на бизнес в Чехии являются НДС и подоходный налог на юридических лиц (ПДНЮЛ).

ПДНЮЛ регулируется специальным Законом, а его плательщиками являются юридические лица, местонахождение которых или их руководства находится на территории Чешской Республики.

Предметом налогообложения являются доходы от любой деятельности и от распоряжения любым имуществом (за исключением некоторых видов доходов, например, в результате дарения или наследования).

Начиная с 2005 года, был введен совершенно новый инструмент с целью поддержки исследований и разработок. Компаниям может быть представлен вычет в размере 100% понесенных расходов на исследования и разработки. Из сумм, вычитаемых из налогооблагаемой базы, имеется возможность вычесть 30% расходов, понесенных на обучение учеников-ремесленников.

Согласно закону чешские и иностранные компании могут применять скидки с ПДНЮЛ в качестве одного из компонентов системы инвестиционных поощрений. В частности, речь идет об инвестициях в новые производственные мощности, о расширении имеющихся производственных мощностей.

В Чехии существуют две ставки налога на добавленную стоимость (НДС): 19% и сниженная ставка 5%.

НДС добавляется к цене, по которой были приобретены товары и услуги, а обязанность уплаты налога возникает в момент наступления срока уплаты.

В Чехии существуют две категории освобождения от уплаты НДС. Первая – освобождение с правом на вычет налога при покупке и вторая – освобождение без права на вычет налога при покупке.

К числу случаев с освобождением с правом на вычет относятся, прежде всего, экспорт и движение товаров внутри Евросоюза.

К освобождению без права – социальное обслуживание и финансовые услуги, относящиеся к следующим категориям:

- 1) почтовые услуги, радио-, и телепередачи, страхование,
- 2) финансовые услуги, образование, воспитание, медобслуживание,
- 3) социальная помощь, лотерея, определенные виды некоммерческой деятельности.

Раздел 8. Поддержка малого и среднего инновационного бизнеса в Самарской области

Государственная поддержка инновационной деятельности на территории Самарской области регулируется в соответствии с законом Самарской области «О государственной поддержке инновационной деятельности на территории Самарской области» от 9 ноября 2005 года № 198-ГД

Основными целями реализации инновационной политики в Самарской области являются:

- 1) Увеличение валового регионального продукта;
- 2) Развитие научно – технического, экономического и инвестиционного потенциала Самарской области;
- 3) Повышение конкурентоспособности продукции, выпускаемой на территории Самарской области;
- 4) Увеличение поступления налогов и сборов в бюджет всех уровней;
- 5) Создание новых производств, увеличение количества рабочих мест;
- 6) Повышение уровня жизни населения Самарской области;
- 7) Содействие переходу экономики Самарской области на путь инновационного развития, основанного на внедрении и использовании наукоемких технологий.

Государственная поддержка инновационной деятельности формируется и осуществляется в соответствии со следующими принципами:

- мотивация и стимулирование инновационной деятельности,

– концентрация выделяемых на инновационную деятельность ресурсов на приоритетных направлениях социально-экономического развития Самарской области и Российской Федерации,

– интеграция инновационной, инвестиционной, научной, научно-технической и научно-образовательной деятельности с целью обеспечения их комплексного взаимодействия с производством,

– консолидация усилий органов государственной власти, науки, бизнеса и общественных организаций на территории Самарской области для активизации инновационной деятельности.

Полномочия в сфере государственной поддержки инновационной деятельности между Самарской Губернской Думой и Правительством Самарской области законом от 9 ноября 2005 г. № 198-ГД определены следующим образом:

Самарская губернская Дума осуществляет законодательное обеспечение государственной поддержки инновационной деятельности на территории Самарской области, в том числе:

– принимает законы в сфере инновационной деятельности;

– осуществляет в пределах своей компетенции контроль за исполнением законов и реализацией областных целевых инновационных программ;

– осуществляет иные полномочия в соответствии с федеральным законодательством и законодательством Самарской области.

В законотворческой и контрольной деятельности Губернская Дума опирается на деятельность постоянных комитетов и комиссий Думы, а так же на деятельность общественных комиссий.

В частности, к основным направлениям деятельности комитета Думы по промышленности, связи и торговле относятся следующие вопросы:

- реализации промышленной политики;
- развития малого и среднего предпринимательства;
- развития информационно - телекоммуникационного комплекса;
- государственной поддержки за счет средств областного бюджета организаций промышленности, связи, торговли, малого и среднего предпринимательства;
- государственной поддержки инновационной деятельности;
- управления и распоряжения объектами собственности Самарской области в сфере промышленности, связи и торговли, малого и среднего предпринимательства;
- утверждения и исполнения областных целевых программ по направлениям деятельности комитета.

С целью привлечения широкого круга специалистов для обсуждения вопросов по направлениям деятельности комитета и выработки по ним практических рекомендаций при комитете по промышленности, связи и торговле образована общественная комиссия по государственной поддержке инновационной деятельности на территории Самарской области.

К компетенциям общественной комиссии по государственной поддержке инновационной политики относятся:

- разработка
 - проектов нормативных правовых актов, принимаемых Думой;
 - проектов федеральных законов предлагаемых для внесения Думой в порядке законодательной инициативы в Государственную Думу федерального собрания Российской Федерации;

- проектов модельных нормативных правовых актов органов местного самоуправления
- рассмотрение
 - проектов нормативных правовых актов Самарской области, поступивших на рассмотрение в Губернскую Думу;
 - проектов Федеральных законов, предлагаемых для внесения Думой в порядке законодательной инициативы в Государственную Думу Федерального собрания Российской Федерации;
 - проектов модельных нормативных правовых актов органов местного самоуправления;
 - вопросов, выносимых на рассмотрение комитета Думы;
 - обращений, предложений государственных органов местного самоуправления муниципальных образований в Самарской области, а также организаций и граждан.
- подготовка предложений
 - по проектам планов и программы законотворческой деятельности комитета Думы;
 - по проектам федеральных законов, направляемых в органы государственной власти субъектов Российской Федерации Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации, законодательными (представительными) органами государственной власти субъектов Российской Федерации;
 - по организации думских слушаний, «круглых столов» и иных мероприятий;
 - по осуществлению Думой контрольных полномочий по государственной поддержке инновационной политики.

В соответствии с законом Самарской области от 25 октября 2005 года № 198-ГД Правительство Самарской области обеспечивает разработку и

реализацию мер государственной поддержки инновационной деятельности, в том числе

- координирует деятельности органов исполнительной власти по реализации государственной инновационной политики;
- разрабатывает и реализует региональные инновационные программы;
- организует разработку и исполнение областного бюджета в части расходов на инновационную деятельность;
- определяет порядок проведения инвентаризации и учета инноваций, созданных за счет бюджетных средств и иных государственных ресурсов;
- заключает в установленном порядке соглашения с федеральными органами исполнительной власти в сфере реализации инновационной политики;
- определяет уполномоченный орган исполнительной власти Самарской области в сфере инновационной деятельности и инновационной политики.

Основные направления государственной поддержки инновационной деятельности включают:

- развитие малого и среднего инновационного предпринимательства;
- развитие инновационной деятельности в организациях Самарской области;
- коммерциализацию технологий и наукоемкой продукции, созданных на территории Самарской области, с их выводом на российский и международный рынки, а также привлечение на территорию Самарской области инноваций из других субъектов Российской Федерации;

– подготовку управленческих кадров и кадров научно-технических специалистов в области инновационной деятельности для реализации инновационной политики Самарской области;

– развитие инновационной инфраструктуры и ресурсной базы инновационной деятельности.

Государственная инновационная политика в Самарской области реализуется с использованием программно-целевого метода и предполагает разработку программ разных уровней.

Инновационная политика отображается в качестве составной части программы социально-экономического развития Самарской области.

Областные целевые инновационные программы разрабатываются с целью решения Стратегических Задач инновационного развития и создания инновационной инфраструктуры, требующих при реализации межотраслевой и межведомственной координации.

Постановлением правительства Самарской области от 27 октября 2011г. № 700 утверждена областная целевая программа развития инновационной деятельности в Самарской области на 2012 – 2015 годы. В программе отмечается, что в Самарской области создана система элементов инновационной инфраструктуры, работающая по принципу «Инновационного лифта». В этой системе поддержка инновационной деятельности организаций и отдельных предпринимателей осуществляется на всех этапах жизненного цикла инноваций: от зарождения идеи до реализации конкретного инновационного проекта в виде внедрения технологии, организации производства инновационной продукции на действующем производстве, создания нового производства.

Несмотря на значительный инновационный потенциал Самарской области, в Программе отмечается ряд существенных проблем, сдерживающих интенсивное развитие инновационной деятельности:

- наличие разрывов в инновационном цикле и в переходе от федеральных исследований через научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы к коммерческим проектам;

- малое количество проектов, готовность которых достаточна для осуществления инвестирования в их реализацию;

- недостаточная инвестиционная привлекательность инновационной сферы в сравнении с другими отраслями экономики;

- рост технологической отсталости основных отраслей экономики региона;

- нехватка квалифицированных кадров, способных осуществлять процессы внедрения инновационных разработок в реальный сектор экономики;

- недостаточная развитость региональной системы продвижения инновационной продукции.

Областная целевая программа развития инновационной деятельности в Самарской области на 2012 – 2015 годы, утвержденная Постановлением Правительства Самарской области от 27 октября 2011 г. № 700 предлагает не только уточненный перечень программных мероприятий, но и новое обоснование ресурсного обеспечения Программы, механизм ее реализации, а также подход к оценке ее социально-экономической эффективности.

Таким образом, изложенные выше основные положения инновационной политики в Самарской области осуществляются в соответствии со Стратегией социально-экономического развития региона,

законом «Об основах промышленной политики в Самарской области», законом Самарской области «Об инвестициях и государственной поддержке инвестиционной деятельности», законом «О государственной поддержке инновационной деятельности на территории Самарской области», областной целевой программой развития инновационной деятельности в Самарской области на 2012 – 2015 годы.

В соответствии с законом о государственной поддержке инновационной деятельности на территории Самарской области функционируют следующие субъекты инновационной деятельности:

- организации, осуществляющие создание и использование инноваций для решения инженерных, технологических, экономических, социальных, гуманитарных и иных проблем;

- технологические, промышленные и агропромышленные парки, технологические инкубаторы, технологические полисы, информационные и инновационные центры, центры трансфера технологий, центры коллективного пользования научно-исследовательским оборудованием, иные специализированные субъекты инновационной деятельности, содействующие созданию и распространению инноваций;

- инвесторы, направляющие средства на финансирование инновационной деятельности;

- собственники (правообладатели) и создатели (авторы) объектов интеллектуальной собственности, разрабатываемых, реализуемых и используемых в процессе инновационной деятельности;

- организации, оказывающие субъектам инновационной деятельности услуги в сфере консалтинга, маркетинга, образования, информационного и кадрового обеспечения, сертификации, инжиниринга, финансового лизинга;

– органы государственной власти Самарской области и органы местного самоуправления, участвующие в управлении, координации и регулировании инновационной деятельности.

**Борисов Е.Н., Евтеева Н.В., Иванов С.Е.,
Корнилов С.С., Серов К.Л., Филатов В.А.**

ДОРОЖНАЯ КАРТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ. ЕВРОСОЮЗ – РОССИЯ

Методическое пособие

Издание 2-е, переработанное и дополненное

Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии АНО «Издательство СНЦ РАН»,

443001, Самара, Студенческий пер., 3а

Тел.: (846) 242-37-07