

емщик через обратный выкуп акций может в дальнейшем самостоятельно осуществлять свой бизнес, как правило, этот процесс рассчитан на 5—7 лет.

Таким образом, принимая решение о венчурном финансировании, малые и средние предприятия должны оценить конечные цели венчурного инвестора и соотнести их с собственными целями. Это связано с тем, что фактическое подписание договора о венчурном финансировании без учета взаимных интересов и конечных целей обеих сторон может в результате привести к продаже предприятия, его слиянию или превращению в акционерное общество открытого типа.

<http://edoc.bseu.by>

А.А. Хиленко

Киевский национальный торгово-экономический университет

ПРОГРАММА ПРОДАЖИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИСХОДНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ЕЕ РАЗРАБОТКИ

В период становления рыночных отношений наиболее распространенными способами приватизации были аренда с правом выкупа и передача предприятий в собственность трудовым коллективам. Сформированная таким образом прослойка собственников предприятий не имела необходимых финансовых ресурсов, которые могут быть инвестированы в развитие предприятий отрасли, способностей к ведению предпринимательской деятельности, налаженных деловых связей. Это обусловило появление многочисленных кризисных явлений, неспособность эффективного управления, что и стало толчком к стремительному развитию вторичного рынка целостных имущественных комплексов.

Мотивом собственника при принятии решения о продаже также может быть тот факт, что хозяйственная деятельность предприятия не отвечает его стратегическим целям, социально-этическим потребностям, требованиям относительно нормы прибыльности инвестированного капитала и потребностям в потреблении доходов от владения корпоративными правами.

Процесс реализации принятого собственником решения о продаже предприятия не может происходить хаотически, бессистемно, поскольку наличие данных характеристик будет отрицательно сказываться на эффективности продажи. Поэтому данный процесс должен быть надлежащим образом организован и скоординирован.

Отсутствие четкого плана действий в процессе продажи предприятия является неопровержимым свидетельством неудовлетворительного управления данным видом предпринимательской деятельности. Эффективность продажи предприятия, независимо от его масштабов, области (сферы) деятельности, организационно-правовой формы, не возможна без четкого представления о технологии проведения продажи, без обработки надежных ориентиров и реального плана основных мероприятий. Все это обуславливает необходимость и целесообразность разработки программы продажи для конкретного предприятия.

По нашему мнению, программа продажи предприятия — это специально подготовленный и разработанный внутренний документ, в котором систематизированно приводится перечень основных мероприятий, планируемых в процессе продажи предприятия, определены сроки их начала и завершения, бюджет расходования средства и механизм контроля за реализацией данной программы.

Более полно определить понятие программы продажи предприятия можно исходя из ее основных характеристик, а именно является ли способом моделирования системы управления процессом продажи или способом предшествующего определения препятствий и предотвращения возникновения проблем для реализации основной цели.

Целью разработки программы продажи предприятия является предоставление целостной, системной оценки перспектив продажи конкретного предприятия.

Программа продажи предприятия должна отвечать следующим требованиям:

обеспечивать комплексное решение вопросов продажи предприятия с учетом специфики его деятельности;

быть подчиненной цели продажи предприятия и не противоречить интересам собственников;

обеспечивать эффективность процесса продажи предприятия;

содержать достоверную, точную и объективную информацию, которая используется в процессе анализа и планирования;

содержать решения, помогающие преодолеть трудности и проблемы, которые могут возникнуть в процессе продажи;

демонстрировать обязанности и ответственность исполнителей, принимающих участие в реализации данной программы;

предусматривать последствия запланированных мероприятий, возможные сроки их получения.

Содержание программы продажи предприятия зависит, прежде всего, от цели ее разработки. Также на содержание программы продажи существенно влияют специфика предпринимательской деятельности предприятия, доступность информации, налаженные деловые связи (контакты), бюджет расходов на ее реализацию.

Исходя из установленных требований, целесообразным, на наш взгляд, является следующий формат программы продажи предприятия:

общая характеристика предприятия; определение мотивов, которые повлияли на возникновение решения о продаже предприятия;

целевое назначение продажи предприятия;

обоснование выбора способа продажи предприятия;

перечень мероприятий, которые планируются провести в процессе продажи предприятия, с определением детального плана графика реализации каждого (с конкретизацией исполнителей);

комплекс маркетинга, направленный на поиск покупателя;

бюджет расходования средств на реализацию программы продажи;

оценка эффективности продажи.

Разработанная таким образом программа продажи предприятия поможет скоординировать действия продавца в процессе продажи, повысит вероятность достижения поставленных целей.

И.В. Цыкунов
БГЭУ (Минск)

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Поддержка государством предпринимательства может заключаться не только в форме прямого льготного кредитования, снижения ставок налогов, но и в форме создания благоприятных условий для осуществления хозяйственной деятельности.

Многие предприятия активно занимаются внешнеэкономической деятельностью. При этом им приходится вступать во взаимоотношения с таможенными органами, задачей которых является обеспечение выполнения субъектами хозяйствования таможенного законодательства.

Процедуры выполнения таможенных формальностей, существующие в настоящее время, ориентированы на обеспечение безусловного исполнения таких основных функций, как доставка товаров в пункт назначения, уплата таможенных платежей и др. При этом данные правила не учитывают особенности конкретного субъекта хозяйствования, его репутацию как налогоплательщика, величину годового оборота товаров и денежных средств. Равенство подходов, а точнее применение одинаково строгих правил ко всем без исключения не всегда оправдано.

Жесткий контроль на всех этапах движения товара от таможенной границы, применение мер по обеспечению уплаты таможенных платежей (залог на депозитный счет таможенного органа или гарантия банка) требуют дополнительных затрат как со стороны субъекта хозяйствования, так и со стороны таможенных органов.

Введение дифференцированного подхода при решении данных вопросов позволило бы значительно облегчить условия хозяйствования ряду предприятий, а таможенным органам сосредоточить усилия на решении иных проблем.

В свете сказанного очевидно, что крайне важны критерии, в связи с которыми тот или иной субъект хозяйствования будет пользоваться упрощенными процедурами таможенного оформления и контроля. Очевидно, что это должно быть крупное предприятие, имеющее значительное количество основных фондов, которые составляют основной удельный вес в общей сумме основного капитала предприятия, существенную долю на внутреннем рынке по поставкам отдельных категорий социально значимых товаров и т.п. Данные меры возможны, так как подобным предприятиям не выгодно совершать нарушения при выполнении отдельных внешнеэкономических операций, а таможенным органам в данной ситуации не нужны дополнительные гарантии. В случае выявления нарушения возможность взыскания причитающихся платежей в бюджет будет обеспечена имуществом и иными активами предприятия.

Предприятиям, отнесенным к такой льготной категории, можно установить режим доставки товаров, не требующий мер по обеспечению уплаты таможенных платежей в жесткие сроки, это позволит снизить потребность в оборотных средствах. Введение механизмов уплаты таможенных платежей в виде предварительного внесения авансовых сумм позволит на этапе таможенного оформления исключить операции контроля по уплате значительных сумм за предшествующие постав-