

ТЕМА 4. ОБЪЕКТЫ И СУБЪЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1. Объекты предпринимательства
2. Субъекты предпринимательства
3. Организационно-правовые формы предпринимательства
4. Сравнительная характеристика ИП и ООО
5. Прекращение предпринимательской деятельности

1. Объекты предпринимательства

Объектами предпринимательской деятельности является все, что способно приносить прибыль.

Субъекты и объекты предпринимательской деятельности, в сущности, являются двумя сторонами одного процесса. Объект предпринимательства – это вид деятельности предпринимателя. А субъект – это лицо, которое занято в этой самой деятельности. То есть субъекты производят объекты.

Объектом коммерческой деятельности является все, что можно свободно продать или купить.

Купле-продаже подлежат товары и услуги, деньги, ценные бумаги, различное имущество, информация, результаты интеллектуальной деятельности (патенты и лицензии, компьютерные программы, произведения искусства, науки, литературы).

В виде исключения купля-продажа отдельных объектов может быть **запрещена** либо **ограничена законом** (например, торговля оружием, наркотиками, ядами, природными ресурсами территориальных вод и континентального шельфа).

Объекты предпринимательства можно классифицировать **по виду деятельности:**

- 1) исследования, инновации, разработки, технические и информационные услуги;
- 2) выпуск товаров, оказание услуг;
- 3) посредничество, торговля, перепродажа.

Для некоторых видов требуются **специальные лицензии** и государственный контроль. Это банковская, страховая и строительная деятельность.

Определенные объекты могут **монополией** только **государства**. Обычно это производство и ремонт любого вида оружия или сопутствующих материалов, переработка драгоценных руд или радиоактивных, производство и продажа медикаментов с наркотическим эффектом.

Основным объектом предпринимательской деятельности является **товар**.

Товаром может быть продукт как физического, так и умственного труда, результат услуги, сама способность к труду, земля и ее недра – все, что имеет потребительную стоимость и может быть обменено на другой товар (деньги) собственником этой потребительной стоимости.

Товар – это результат взаимодействия человека со средствами производства, который получает материальную или нематериальную форму.

Товар есть благо, являющееся результатом производства одного субъекта экономики и поступающее в потребление другого субъекта через обмен в форме купли-продажи.

Товаром принято считать все то, что может составлять объект сделок в рыночных отношениях между продавцами и покупателями.

Объект сделки (товар) должен, прежде всего, благодаря своим свойствам вызвать интерес покупателя и, в конечном счете, удовлетворить определенные потребности, т.е. обладать **потребительной стоимостью**.

Кроме того, большинство товаров (за некоторым исключением, например, земельный участок, водоем и др.) – это **продукты труда**, их продавцами выступают либо сами производители, либо посредники, которые в результате сделки превращают свой **потенциальный доход в реальный**.

Причем не каждый продукт труда выступает в качестве товара, а только тот, который предназначен для обмена, продажи, передачи кому-либо с условием возмещения усилий и затрат на его производство (например, изготовленный хозяином для своей кухни стул не является товаром, но он станет таковым, если будет передан соседу на каких-либо условиях компенсации).

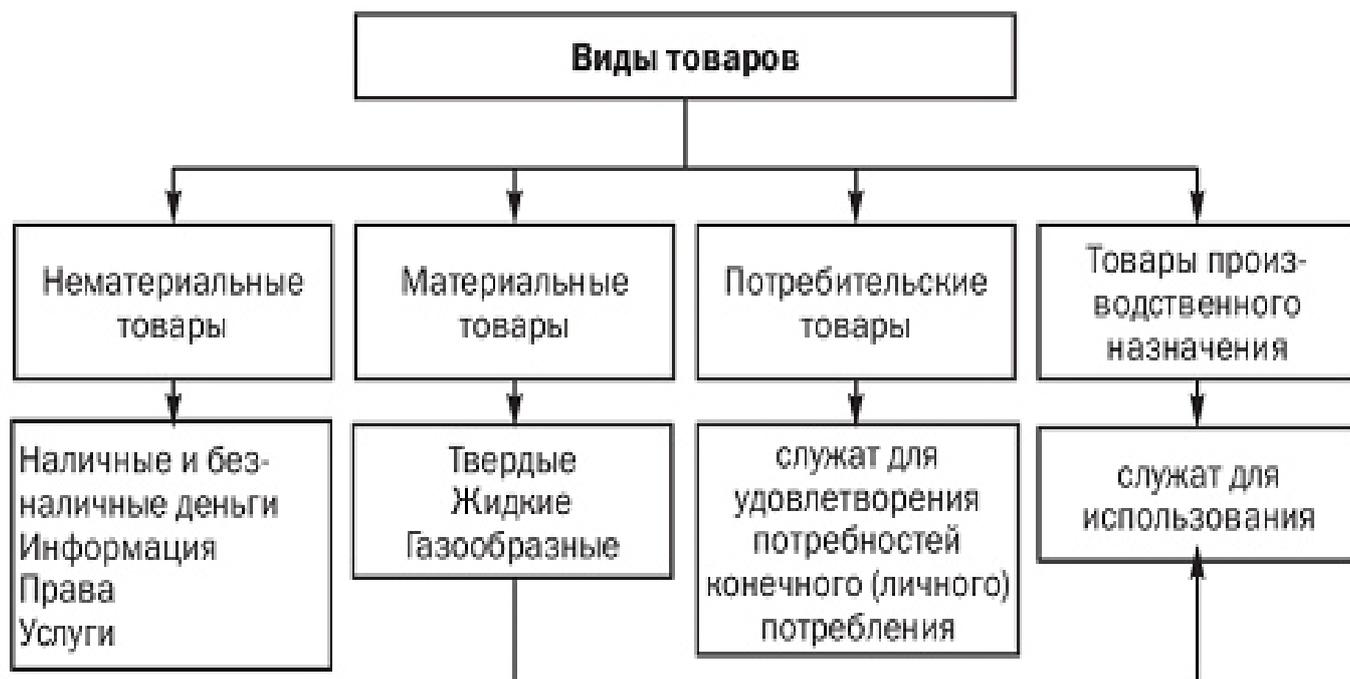


Рисунок – Виды товаров

Под товаром понимается **материальная или нематериальная собственность, реализуемая на рынке**. Все товары делятся на две группы:

1. Материально-вещественные – товары, имеющие вещественную форму:

- 1) твердые материалы – сталь, древесина, уголь;
- 2) жидкие материалы – лак, нефть, бензин;
- 3) газообразные материалы – водород, углекислый газ, гелий.

2. Невещественные (неосязаемые) – товары, не имеющие вещественную форму:

1) Наличные и безналичные деньги, валюта и ценные бумаги (акции, облигации, векселя, государственные казначейские обязательства), являющиеся объектом сделок в финансовом предпринимательстве.

Главная особенность этих товаров заключается в подверженности быстрому изменению курса в зависимости от многих условий (как связанных, так и не связанных с деятельностью предпринимателя).

2) Информация (сведения о чем-то), которая нередко становится самым востребованным и дорогим товаром, оцениваемым в зависимости от ее содержания, новизны, достоверности и своевременности.

Предприниматель сталкивается с первичной и вторичной информацией. Первичную он добывает сам в результате каких-либо исследований, пользуется ею и может выступать ее продавцом; вторичную получает от других лиц и организаций (научно-исследовательских, аналитических, статистических и др.) на платной основе.

Информация выступает в качестве специфического товара. Эта специфичность определяется неделимостью информации и ее относительностью (не всегда приносит прибыль своему владельцу). При передаче информации ее владелец не лишается права собственности. Экономически эффективна лишь достоверная, полная и оперативная информация.

Таким образом, информация как товар обладает рядом специфических свойств:

– в процессе потребления она не уничтожается и обладает возможностью многократного потребления многими пользователями. В процессе передачи потребителю она не теряется для производителя;

- производителю заранее неизвестен потребитель;
- невозможна однозначная стоимостная оценка произведенного объема информации;
- неопределенность и субъективность полезности информации;
- особый механизм старения информации. Она не изнашивается, но со временем (за исключением специальных случаев) ее полезность уменьшается. Следовательно, важна ее актуальность;

– информация характеризуется достоверностью, надежностью и доступностью.

При этом ее доступность различна для разных экономических агентов, т.е. эти агенты располагают неполной, ограниченной информацией. «Информация тем ценнее, чем малочисленнее ее обладатели».

3) Услуги различного рода – любое мероприятие или выгода, которые оказывает одна сторона (поставщик) другой стороне (клиенту). Полезность делает услугу предметом торговли, т.е. товаром.

Классификация товаров

Среди всех признаков классификации основным признаком является **назначение**.

1. По назначению товары подразделяются на роды:

- товары индивидуального (конечного) потребления (потребительские). Эти товары приобретаются для удовлетворения своих личных потребностей, семейного или домашнего потребления;
- товары промежуточного потребления;
- товары промышленного (производственного) назначения – товары, предназначенные для производства других товаров, для хозяйственной деятельности предприятия. Они создают его сырьевое и технологическое обеспечение.

2. Потребительские товары с учетом характера потребления (от степени долговечности):

- товары длительного пользования, т.е. используемые в течение длительного времени (авто, холодильники, сотовые телефоны, мебель, телевизоры);
- товары краткосрочного пользования, т.е. те, которые потребляются сразу (хлеб, сигареты, напитки) или в несколько приемов (мыло, зубная паста, стиральные порошки);
- товары одноразовые – потребляются один раз;
- услуги – объект продажи в виде действий, выгод или удовлетворения.

3. Виды товаров по сырьевому признаку (в зависимости от сырья, из которого изготовлены):

- продовольственные (рыбные, молочные, бакалейные);
- непродовольственные (трикотаж, обувь, хозтовары, галантерея).

Эта группировка затем детализируется. Такая классификация необходима для того, чтобы можно было обеспечить необходимые условия хранения товаров, их реализацию и эксплуатацию. Иногда сырьевой признак служит характеристикой качества и безопасности товара (китайские игрушки).

4. По производственному признаку товар рассматривают с точки зрения сложности изготовления и эксплуатации:

- сложнотехнические – для реализации и эксплуатации нужны специальные знания (телевизор, сплит-системы);

– несложнотехнические – для продажи и эксплуатации определенная подготовка не нужна (электрический утюг, чайник).

5. В зависимости от режимов и сроков хранения:

- скоропортящиеся;
- длительного хранения (нескоропортящиеся).

При транспортировке, хранении и реализации для скоропортящихся товаров предусмотрены особые условия температуры и влажности. Кроме того, различают товары:

- гигроскопичные (соль, сахар);
- с высоким содержанием воды (мясо, рыба).

Такие товары хранятся отдельно друг от друга и реализуются в разных точках (расстояние не менее 10 м).

6. Виды товаров по частоте спроса:

– товары повседневного спроса (массовые) – это товары, наиболее часто покупаемые потребителями (продтовары, хозяйственные товары) с минимальными усилиями на их сравнение между собой из-за сложившихся привычек и предпочтений;

– товары периодического спроса – когда спрос населения формируется при отсутствии товара в потреблении (электрические лампочки);

– товары предварительного выбора – обычно товары длительного пользования, когда возникает необходимость замены товара (электротовары, мебель). Покупатели в процессе выбора сравнивают товары между собой по качеству, ценам, внешнему оформлению;

– товары редкого спроса (выборочного или особого спроса) – изделия из драгоценных металлов, антиквариат, электронная техника, меха. Такие товары практически не сравнивают, поскольку они характеризуются особыми уникальными свойствами. Ради приобретения таких товаров часть покупателей готова затратить дополнительные усилия.

- товары сезонного спроса – одежда, обувь, спортивный инвентарь.

7. Виды товаров по взаимозаменяемости:

– взаимозаменяемые, имеющие одно и то же целевое назначение и пригодные для использования или потребления одного товара вместо другого (мороженое, безалкогольные напитки). Они могут быть как одной товарной группы (телевизоры, холодильники), так и разных (крупы и овощи). При отсутствии одного товара покупателю предлагают заменяющие виды товаров;

– совместимые – товары, одновременное хранение, потребление или использование которых не вызывает нежелательных взаимодействий (чай и

пирожное, рыба и овощи), несовместимы, например, чай и кофе, рыба и молочные товары;

– взаимодополняющие – товары, применение одного из которых требует одновременного использования и другого товара (зубная щетка и паста, обувь и шнурки, компьютер и программа, автомобили и шины).

8. Виды товаров по характеру вторичного использования товара:

- утилизируемые, т.е. подлежащие переработке после использования;
- не утилизируемые – подлежат уничтожению, захоронению.

9. Виды товаров по характеру взаимодействия между собой:

- товары-заменители, которые удовлетворяют одну потребность, но отличаются по составу;
- товары-близнецы, удовлетворяющие одну потребность;
- товары-производные – схожие на базе основного предшественника, более эффективно удовлетворяющие потребности.

10. По поведению различают:

- товары-лидеры (чаще всего появляются как новинки);
- товары-локомотивы;
- товары тактические (товары поддержки или дополнительные);
- «зазывные» товары – привлекают покупателей, потому что дешевые.

11. Товары могут подразделяться по комплексности покупки, когда помимо одного вида товара предполагается приобретение еще нескольких видов товаров. Например, при приобретении компьютера – монитор, клавиатура, мышь, принтер.

12. По стабильности, по покупательскому восприятию (идентичные, новые, схожие, дифференцированные) и т.д.

Товары промышленного назначения делятся на:

- капитальное имущество – стационарные сооружения, оборудование (для торговых организаций – автомобили, торговое оборудование, стационарные сооружения; для промышленных – станки, оборудование);
- материалы и детали (сырье, полуфабрикаты и детали);
- вспомогательные материалы и услуги (не присутствующие в готовом изделии, но обеспечивающие процесс производства – сетевой шнур, стабилизатор).

Эти товары закупают обычно после предварительной технико-экономической оценки (особенно капитальное имущество) сравнительно крупными партиями (прежде всего сырье и материалы) специально подготовленные люди.

Рыночная атрибутика товара

Рыночная экономика базируется на конкурентном способе предложения потребителю произведенных разными предприятиями товаров либо услуг. При этом каждый производитель стремится выделить свои продукты из общей массы, сделать их узнаваемыми, поскольку немалая часть продаж осуществляется за счет репутации компании, а также создаваемых ею рекламных образов. Для того, чтобы выделить свои продукты в ряду аналогичных предложений, компании широко используют действенные маркетинговые инструменты – **товарные атрибуты**.

Для каждого предприятия, выпускающего на рынок свою продукцию, важна забота о ее узнаваемости потребителями. Этой сферой занимаются специалисты по маркетингу. Они оформляют торговый знак, логотип товара. Выбор продукции покупателем не всегда рационален и основывается на ее потребительских характеристиках. Зачастую он определяется по ассоциативному восприятию, через символику, посредством которой формируются представления о продукте. Как показывают исследования, приблизительно 85% решений о покупке принимаются на основании визуальной информации. В этой связи основной задачей, которую исполняет знак торговой марки, выступает индивидуализация продукта, выделение его среди прочих аналогичных изделий, донесение до потребителя сведений о том, что именно эта продукция является лучшей. Таким образом, формируется имидж товара.

Торговая марка и торговый знак, логотип и товарная марка, фирменный знак и фирменная эмблема – все эти понятия используются как названия обозначений, позволяющих отличать товары и услуги одних производителей от других. В законодательстве РФ термины торговая марка, товарная марка, фирменный знак или торговый знак отсутствуют.

Обозначения, которые предназначены для индивидуализации товаров и услуг юридических лиц или индивидуальных предпринимателей и позволяют отличать товары и услуги одних производителей от других, определяются статьей 1477 четвертой части Гражданского кодекса Российской Федерации термином **товарный знак** (для товаров) или **знак обслуживания** (для услуг).

Таким образом, основными **рыночными атрибутами** товара являются:

1. Товарный знак.
2. Товарная марка.
3. Бренд.
4. Фирменный стиль.
5. Упаковка.

1. Товарный знак – это обозначение, которое предназначено для индивидуализации товаров и позволяют отличать товары одних производителей от других, и подлежит специальной регистрации.

Товарный знак – с юридической точки зрения зарегистрированная в установленном порядке марка или ее часть (чаще графическое изображение).

В РФ действует Закон № 3520-1, который регулирует вопросы, касающиеся товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения продукции. Правовая защита символов предоставляется в соответствии с государственной регистрацией. На товарный знак выдается соответствующее свидетельство. Регистрация действительна в течение 10 лет с даты, когда заявление было получено Патентным ведомством. По обращению владельца товарный знак может быть возобновлен и срок его продлен.

2. Товарная марка – совокупность определенных свойств, ассоциаций, образов, которые позволяют товару выделяться на рынке от конкурентов. Весь процесс брендинга начинается с создания товарной (торговой) марки товара.

Торговая марка появляется тогда, когда придумано уникальное название для товара, разработано уникальное оформление (дизайн) продукта, создан фирменный стиль и придуман слоган. При этом товар может быть совершенно стандартизированным и не отличаться по своим характеристикам от конкурирующих продуктов.

Товарным знаком является зарегистрированная торговая марка, у которой есть один прямой правообладатель. Другими словами, товарный знак – это паспорт торговой марки или бренда, его прямая функция – юридическая защита. Товарный знак говорит о том, что такая торговая марка существует, она является интеллектуальной собственностью определенного лица или компании. Таким образом, отличие понятий «товарный знак» и «бренд» – это область их использования.

Существует 3 варианта регистрации торговой марки: в виде **словесного, изобразительного или комбинированного** (словесный + изобразительный) товарного знака. Не каждый логотип является товарным знаком. Если вы просто нарисовали логотип товара, но не передали его изображение на регистрацию – ваш товарный знак не защищен от копирования.

3. Бренд – это мнение, которое компания смогла создать в сознании своих потребителей о себе и своей продукции.

Бренд – относительно хорошо известная и узнаваемая потребителями торговая марка, завоевавшая определенную долю рынка. Когда говорят о разработке нового продукта или услуги, чаще используют определение торговая марка, а когда новый продукт получает признание потребителей и приобретает определенную известность, узнаваемость и долю рынка, тесня своих конкурентов, он становится брендом.

Значение слова «бренд» практически не отличается от определения торговой марки, за исключением одной особенности: отличительные свойства и образы бренда позволяют товару не просто отличаться от конкурентов, а являются узнаваемыми, а сам продукт пользуется определенной популярностью среди целевой аудитории.

Другими словами, бренд – известная торговая марка, которая завоевала внимание и привязанность потребителя. Отличие бренда от торговой марки в том, что элементы его фирменного стиля, brandname, слоган узнаются потребителем, а также в том, что бренд завоевал лояльность определенной части рынка, товары под его логотипом пользуются спросом.

Торговая марка превращается в бренд через маркетинговую коммуникацию. Торговая марка становится брендом в тот момент, когда о ней узнал (в рекламе, на полке в магазине, от знакомых) потребитель и запомнил ее. Получается, что как только ваша торговая марка приобрела хоть какое то знание – она стала брендом, просто очень слабым. Чем выше узнаваемость торговой марки, тем сильнее бренд компании.

Главное отличие бренда от торговой марки – это то, что бренд определяет перспективу продвижения товара. Он создается в сознании потребителя, а не на линии производства. И все, что подразумевается под брендом, в конечном итоге можно свести к формуле «товар + отношение потребителя к нему». Ведь именно за счет эмоций бренд и процветает. И если при виде товара у потребителя возникают какие-то определенные эмоции, то это – бренд.

Развитым брендом (strong brand) считается бренд, который знают и могут отличить от других марок по ключевым элементам более 60% потребителей данной товарной категории. Если бренд знают и различают от 30 до 60% потребителей, то его можно назвать развивающимся брендом (причем это развитие может идти как в большую, так и в меньшую сторону).

Брендинг – это процесс создания, развития и поддержания жизнеспособности бренда на различных этапах жизненного цикла товара. Если бренд знают и различают среди конкурентов менее 30% потребителей, то по сути, это уже не бренд или слаборазвитый бренд, т.е. основная задача брендинга не может считаться решенной. Поэтому, говоря о брендинге, следует ориентироваться на построение развитого бренда.

Бренд, торговая марка и товарный знак отличаются между собой по области и ситуации использования.

4. Фирменный стиль – это совокупность приемов (графических, цветовых, языковых и др.), которые обеспечивают единство продукции производителя-продавца и одновременно противопоставляют компанию и ее продукцию конкурентам и их товарам.

Составными элементами фирменного стиля являются:

- товарный знак;
- фирменный знак, эмблема, логотип – (греч. logos слово + typos отпечаток) – специально разработанная, стилизованная сокращенная форма названия фирмы, часто в оригинальном начертании;
- фирменный блок – композиция логотипа, слогана (лозунга, девиза), почтовых и банковских реквизитов;
- фирменный цвет (сочетание цветов);
- фирменный комплект шрифтов;
- фирменные константы (формат, система верстки текста и т.д.).

Носителями фирменного стиля являются: визитки, сувенирная продукция, печатные рекламные материалы, упаковка и т.д.

Товарный знак является составной частью фирменного стиля, бренд является более общим понятием, так как может включать и элементы фирменного стиля.

5. Упаковка – это не только жесткая или мягкая оболочка товара, а также метод связи с потребителем, средство обеспечения защиты товара, хранения, обращения, транспортировки и идентификации.

Упаковка является эффективным орудием маркетинга, носителем фирменного стиля, рыночной атрибутикой товара, затраты на ее разработку и изготовление учитываются как переменные затраты в себестоимости продукции. Хорошо спланированная упаковка может оказаться дополнительным удобством. Многие товары, предлагаемые на рынке, должны быть обязательно упакованы. Упаковка может играть несущественную роль (хозяйственное мыло), а может приобретать большое значение (косметика). Упаковку называют пятой переменной маркетинга и придают ей большой значение. Но чаще всего ее рассматривают как одну из составляющих товара.

Неразрывной частью упаковки является маркировка товара с применением **этикеток, ярлыков, штрих-кодирования.**

Этикетка является составной частью упаковки. Она служит для идентификации товарного знака независимо от того, какое содержание написано на таре. Иногда этикетка дает информацию об ингредиентах, способе приготовления, сроке годности.

Штрих-код – это знак, предназначенный для автоматизированных идентификаций и учета информации о товаре, закодированной в виде цифр и штрихов (представляет собой чередование светлых и черных полос.), который наносится на транспортную и потребительскую упаковку.

Штрих-код в основном состоит из двух частей:

- **машиночитаемой** – светлые и черные полосы, предназначенные для сканеров;
- **человекочитаемой** – символы (цифры) возле штрихов.



Что такое торговая марка и товарный знак?

В русском языке до сих пор нет четкого определения разницы между торговой маркой и товарным знаком. Оба эти словосочетания обозначают примерно одно и то же – отличительный признак, которым обозначают продукцию определенного производителя и который за рубежом соответствует английскому слову «trademark». Тем не менее, в русском языке это хотя и очень близкие, но не полностью идентичные понятия.

Как правило, товарный знак является предметом интеллектуальной собственности, и его использование регламентируется законодательством. Наиболее близким синонимом «торговой марки» является слово «бренд». Но следует отметить одно отличие: если товарный знак юридически является видом интеллектуальной собственности, то торговая марка – понятие скорее маркетинговое, никаким образом не регулируемое законом.

Создать товарный знак, на первый взгляд, довольно просто. Нужно придумать свой способ маркировки своих продуктов и зарегистрировать его в соответствующем госучреждении. В качестве товарного знака чаще всего используется название компании или продукта, закрепленное в соответствующем логотипе, но это может быть и любое другое отличие – способ упаковки, форма подачи и т.д.

Законодательно не ограничивается способ обозначения товарного знака – так, для компании, выпускающей напитки, это может быть бутылка особой формы (как у «Кока-Колы»), для радиостанции – отрывок определенного сочетания звуков (как у радиостанции «Маяк»). Закон не ограничивает фантазию коммерсантов в оформлении своих товарных знаков, обязывая их только регистрировать свои идеи в соответствии с правилами.

Обязан ли производитель иметь товарный знак?

При регистрации предприятия учредитель обязан указать его фирменное наименование, которое является способом индивидуализации юридического лица, но не продуктов, которые это юридическое лицо производит. Чтобы индивидуализировать выпускаемые товары, нужно дополнительно зарегистрировать товарный знак, а индивидуализация оказываемых услуг осуществляется с помощью знака обслуживания.

Наличие товарного знака не является обязательным для предприятия. Каждый бизнесмен решает сам, нужен ему товарный знак или знак обслуживания. Продукцию можно предлагать потребителю и без него, если соблюдаются условия безопасности и соответствия по качеству.

Виды товарной марки

Зарубежная правовая система использует понятие торговой марки наряду с товарным знаком. При этом торговая марка может быть официально зарегистрированной или получить известность неофициальным путем. Маркетологи различают несколько разновидностей торговой марки и используют их обозначения для продвижения продуктов или создания имиджа производителя.

® (R) – официально зарегистрированная торговая марка. Если другой производитель выпускает свои продукты под этой торговой маркой, ему грозит суровое финансовое наказание.

™ (TM) – официально не зарегистрированная торговая марка. Буквосочетание ™ используется для того, чтобы подчеркнуть, что название используется в качестве торговой марки. При этом любой другой производитель может использовать ™, не опасаясь получить штрафные санкции.

© (C) – обозначение, используемое для авторских прав. Таким значком помечается интеллектуальная собственность – как правило, литературное произведение или текст, изображение и т.д.

SM (SM) – официально не зарегистрированная торговая марка в сфере услуг. Ближайшим российским аналогом является знак обслуживания.

В России право на товарный знак действует в течение десяти лет, после чего его нужно возобновлять. За рубежом «trademark» остается действительным в течение двадцати лет.

2. Субъекты предпринимательства

Субъекты предпринимательской деятельности – это лица, которые могут заниматься данной деятельностью.

Предпринимательской деятельностью может заниматься:

- любой гражданин, не ограниченный в правах;
- любой иностранный гражданин и лицо без гражданства в пределах полномочий, установленных законодательством Российской Федерации,
- объединения граждан – коллективные предприниматели (партнеры).

В Российской Федерации заниматься предпринимательской деятельностью может гражданин РФ, признанный **дееспособным**:

- с наступлением совершеннолетия, т.е. в силу достижения 18 летнего возраста;
- вступивший в брак до достижения 18-летнего возраста (когда такой брак допускается законом);
- с 16 лет при наличии согласия родителей, усыновителей или попечителей и при решении о признании органами опеки и попечительства такого гражданина дееспособным;
- с 16 лет при отсутствии согласия родителей, усыновителей или попечителей и при решении о признании органами опеки и попечительства дееспособным на основании решения суда.

Статус предпринимателя приобретается посредством **государственной регистрации** предпринимателя в порядке, предусмотренном законодательными актами Российской Федерации. Осуществление предпринимательской деятельности без регистрации запрещается.

Предпринимательская деятельность, осуществляемая без привлечения наемного труда, регистрируется как **индивидуальная** предпринимательская деятельность. Предпринимательская деятельность с привлечением наемного труда регистрируется как **предприятие**.

Субъекты предпринимательского права могут быть классифицированы по различным **признакам**:

1. В зависимости от **формы собственности**:

- государственные
- муниципальные
- частные
- коллективные

2. В зависимости от **характера хозяйственной компетенции** субъектов:

- государство

- регионы
- предприятия
- подразделения предприятий

3. По организационно-правовой форме:

1) индивидуальные предприниматели – физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица;

2) хозяйственные товарищества и общества – коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом;

3) акционерные общества признаются общества, уставный капитал которых разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций;

4) унитарные предприятия признаются коммерческие организации, не наделенные правом собственности на закрепленное за ними собственником имущество.

Таким образом, можно выделить **субъекты**, в компетенции которых преобладает ведение предпринимательской деятельности:

Предприниматели – физические лица.

Предприятия – юридические лица.

Субъектом предпринимательства признаются носители хозяйственных прав и обязанностей, обладающие следующими **признаками**:

- наличие обособленного имущества;
- факт регистрации в установленном порядке;
- руководство хозяйственной деятельностью;
- наличие хозяйственной компетенции;
- самостоятельная имущественная ответственность.

1. Наличие обособленного имущества. Данный признак хозяйствующего субъекта является основным. Правовой формой обособления имущества является, прежде всего, право собственности, предоставляющее обладателю максимум возможностей непосредственно заниматься предпринимательской деятельностью, а также осуществлять руководство создаваемыми собственниками предприятиями, определять направления их деятельности и условия ее существования.

Также существуют формы обособления имущества зависимых от собственника прав: права хозяйственного ведения, оперативного управления, внутрихозяйственного ведения, аренды.

Принято выделять **абсолютное и относительное обособление**. Последнее характеризуется тем, что имущество предоставляется собственником или иным правомочным субъектом. При этом важно иметь в виду, что вне абсолютного или относительного обособления не может появиться хозяйствующий субъект, потому что на такой имущественной базе реализуется собственный экономический интерес к ведению дел с целью получения прибыли. Следует отметить, что участников хозяйственного оборота можно считать предпринимателями, если производство товаров, выполнение работ и оказание услуг является их профессиональной деятельностью.

2. Факт регистрации в установленном порядке или легитимация иным образом. Предприниматели и предприятия должны легитимироваться с помощью регистрации. Не нуждается в какой-либо легитимации в качестве субъекта предпринимательского права государство, то есть Российская Федерация в целом и входящие в нее субъекты РФ. В соответствии с Конституцией РФ, конституциями входящих в РФ республик они имеют соответствующую имущественную базу и компетенцию для осуществления хозяйственной деятельности и руководства ею.

3. Руководство хозяйственной деятельностью. Субъекты предпринимательского права осуществляют руководство хозяйственной деятельностью или властное государственное воздействие на такую деятельность. Соответственно объем и соотношение этих двух сфер проявления хозяйствования у разных субъектов отличается.

Так, например, у предпринимателей – физических лиц компонент руководства вообще отсутствует. У предприятий руководство проявляется в работе своих подразделений, то есть в непосредственном ведении хозяйства. Государство, в компетенции которого преобладает хозяйственно-организаторская деятельность в отношении субъектов, действующих на основе предоставленного государством или регионом как собственниками имущества, и регулирующее воздействие в отношении всех субъектов предпринимательской деятельности при осуществлении защиты публичных интересов в сфере экономики. С ними государство устанавливает правоотношения в процессе реализации антимонопольных функций, взимания налогов, установление требований по соблюдению порядка ведения хозяйственной деятельности и ответственности за его нарушение.

Хозяйственно-организаторская деятельность государства и регионов как собственников является предпосылкой создания предприятий, определяет содержание их деятельности и условия их прекращения. Эти отношения тесно связаны с предпринимательской деятельностью, в них государство и регионы выступают в качестве субъектов предпринимательского права, так же, как и в случаях реализации ими властных функций с целью защиты публичных интересов.

4. Наличие хозяйственной компетенции. Необходимым элементом правосубъектности является хозяйственная компетенция. Она означает, что субъект имеет возможность приобретать права и обязанности с момента создания и эта возможность восполняется имеющимися у субъекта наличными правами (на имущество, фирму, выбор сферы хозяйствования и др.).

5. Самостоятельная имущественная ответственность. Признак самостоятельной имущественной ответственности означает, что хозяйствующий

субъект отвечает сам, своим имуществом перед контрагентами и государством. Учредитель (участник) юридического лица или собственник его имущества не отвечают по обязательствам юридического лица, а юридическое лицо не отвечает по обязательствам учредителя (участника) или собственника. Исключения из этого правила могут предусматриваться законом или учредительными документами.

Так, по обязательствам товариществ субсидиарную ответственность принадлежащим им имуществом несут полные товарищи. Правило о субсидиарной ответственности по долгам общества предусмотрено для участников общества с дополнительной ответственностью (в одинаковом для всех размере, кратном стоимости их вкладов). Уставом производственного кооператива может быть предусмотрена субсидиарная ответственность членов кооператива по его обязательствам. Российская Федерация несет субсидиарную ответственность по обязательствам казенного предприятия при недостаточности его имущества.

Предприниматели и организации, ведущие предпринимательскую деятельность, отвечают по своим обязательствам всем принадлежащим им имуществом (ст. 56 ГК РФ), то есть предусматривается полная имущественная ответственность лиц, занимающихся хозяйственной деятельностью.

Субъект предпринимательства имеет следующие права:

- создание предприятия
- приобретение имущества у другого субъекта или участие в его деятельности
- выбор у кого покупать и кому продавать (поставщиком или потребителем может быть даже государство)
- наем или увольнение работников
- выбор тарифа или цены за свой товар (услугу)
- проведение любых банковских и валютных операций
- свободное распоряжение доходом

Субъект предпринимательства несет обязанности:

- оплачивать наемный труд
- не препятствовать профсоюзам
- оплачивать социальное страхование
- соблюдать законодательство и трудовые договоры
- беречь экологию
- уплачивать налоги

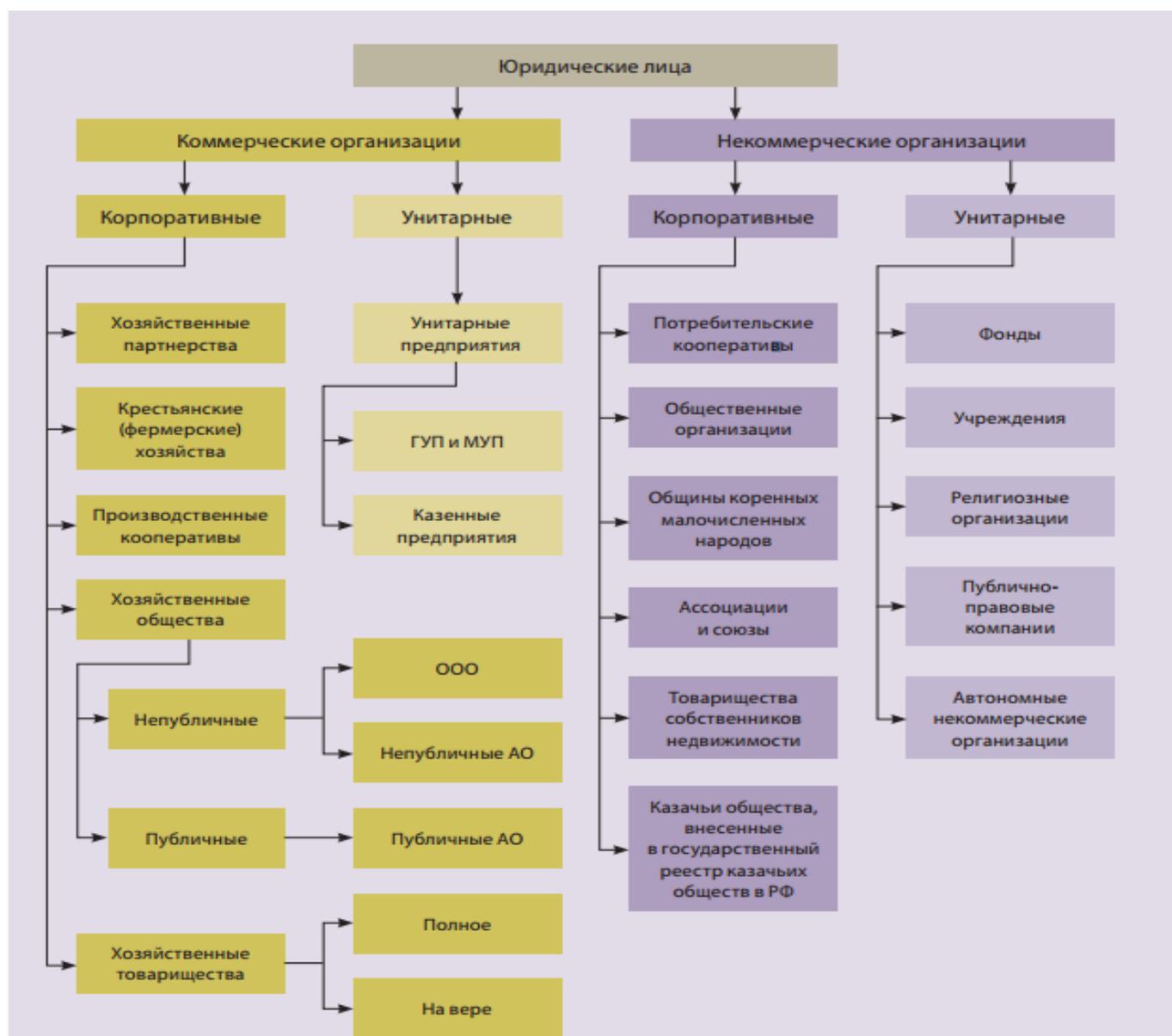
Не все граждане могут стать субъектами предпринимательства. Обычно государство запрещает подобную деятельность своим служащим, работающим в контролирующих органах (суд, прокуратура, армия, охрана порядка, инспекции). В некоторых случаях запрет на предпринимательство выносит суд.

3. Организационно-правовые формы предпринимательства

Организационно-правовая форма – это способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цели предпринимательской деятельности.

К хозяйствующим субъектам относятся **юридические лица**, а также **физические лица**, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Все юридические лица в соответствии с Гражданским кодексом РФ делятся на два вида: **коммерческие и некоммерческие организации**.



Коммерческие организации, преследующие извлечение **прибыли** в качестве основной цели своей деятельности, могут создаваться в различных организационно-правовых формах, а именно:

- хозяйственные товарищества
- хозяйственные общества
- производственные кооперативы

- государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Некоммерческие организации, не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками, могут создаваться в форме:

- потребительских кооперативов
- общественных или религиозных организаций (объединений)
- благотворительных и иных фондов
- других форм, предусмотренных законом.

Некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствующую этим целям.

Юридические лица

1) Хозяйственные товарищества

В Гражданском кодексе РФ закреплены две разновидности товарищества – полное и командитное (товарищество на вере).

Полным товариществом признается коммерческая организация, участники которой (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Лицо (юридическое или физическое) может быть участником только одного полного товарищества. При совместном ведении дел товарищества его участниками для совершения каждой сделки требуется согласие всех участников товарищества. На совершение сделки одним из товарищей выдается доверенность. Участники товарищества солидарно несут ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества, то есть кредитор может предъявить требование, как ко всему товариществу, так и к каждому из товарищей в отдельности. При этом при недостаточности имущества одного из них ответственность переносится на любого другого товарища.

От полного **командитное товарищество** отличается наличием в нем помимо полных товарищей также вкладчиков (командитистов), которые отвечают по обязательствам товарищества лишь в пределах своего вклада. Они не несут ответственности по обязательствам товарищества, и в свою очередь, не имеют права участвовать в управлении и ведении дел товарищества. Товарищество (как полное, так и командитное) создается и действует на основании учредительного договора, подписываемого всеми его участниками. Таким образом, товарищество является коммерческой организацией, основанной на исключительном доверии и действующей исключительно на свой страх и риск. Как показывает опыт, в России и за рубежом эта форма используется, как правило, при создании семейных предприятий.

2) Хозяйственные общества

К хозяйственным обществам относятся:

- общества с ограниченной ответственностью (ООО)
- акционерные общества (АО).

Обществом с ограниченной ответственностью (ООО) признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных

учредительными документами размеров. Участники отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Размер уставного капитала быть не менее 100 минимальных размеров оплаты труда (далее — МРОТ) Число участников должно быть более 50-ти. Если число участников превысит 50, то в течение года общество должно быть преобразовано в открытое акционерное общество или в производственный кооператив.

Акционерным обществом (АО) признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Учредительным документом акционерного общества является его устав, утвержденный учредителями. Кроме того, учредители заключают между собой договор о создании акционерного общества. В уставе АО должны быть указаны тип общества (открытое или закрытое), условия о категориях выпускаемых обществом акций, их номинале и количестве, о размере уставного капитала, о правах акционеров, о составе и компетенции органов управления и порядке принятия ими решений, в том числе по вопросам, требующим единогласия или квалифицированного большинства голосов. Общества с ограниченной ответственностью и закрытые акционерные общества являются наиболее популярными организационно-правовыми формами, так как значительно минимизируют риск возможных убытков, которые могут нести участники акционеры связи с деятельностью таких предприятий.

3) Производственные кооперативы (артели)

Производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Члены производственного кооператива (ПК) несут по его обязательствам дополнительную ответственность в размерах и порядке, предусмотренных Федеральным законом и уставом кооператива. Число членов кооператива не должно быть менее пяти. Имущество, находящееся в собственности кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом.

Учредительным документом производственного кооператива является его устав, утверждаемый общим собранием его членов. В уставе кооператива должны быть отражены условия о паевых взносах членов кооператива; характер и порядок трудового участия членов в деятельности кооператива; порядок распределения прибыли и убытков; порядок выплаты стоимости пая лицу, прекратившему членство в кооперативе; порядок выхода из кооператива; порядок приема новых членов; обоснования и порядок исключения из кооператива; порядок образования имущества кооператива, реорганизации и ликвидации кооператива.

Артель является традиционной в России формой предпринимательства в сельскохозяйственной деятельности. Принципиальным отличием производственных кооперативов от хозяйственных обществ и товариществ является обязательное личное трудовое участие его членов в деятельности кооператива, в то время как в хозяйственном обществе и товариществе обязательным является лишь участие учредителей в уставном капитале (финансовое участие) предприятия.

4) Унитарные предприятия

Унитарное предприятие - по гражданскому законодательству РФ коммерческая организация, **не наделенная правом собственности** на закрепленное за ней имущество. В форме У. п. могут быть созданы только государственные и муниципальные предприятия. Имущество У. п. находится соответственно в государственной или муниципальной собственности и принадлежит ему на праве хозяйственного ведения или праве оперативного управления. Фирменное наименование У. п. должно содержать указание на собственника его имущества. Органом управления У. п. является руководитель, который назначается собственником и ему подотчетен. В Уставе унитарного предприятия указываются виды деятельности, которые оно осуществляет. Никакой другой деятельностью, кроме той, которая записана в уставе, предприятие заниматься не может. У. п. отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и не несет ответственности по обязательствам собственника его имущества.

К физическим лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица относятся – индивидуальные предприниматели и крестьянские (фермерские) хозяйства.

Индивидуальные предприниматели – лица, осуществляющие коммерческую деятельность на основе принадлежащей им собственности, непосредственно управляющие ею и несущие полную имущественную ответственность за ее результаты.

Прежде в законодательных актах РФ использовались эквивалентные понятия – «предприниматель без образования юридического лица – ПБОЮЛ», «частный предприниматель – ЧП», которые в настоящий момент последовательно заменены на термин «**индивидуальный предприниматель или ИП**».

Индивидуальным предпринимателем признается дееспособное физическое лицо (гражданин Российской Федерации, иностранный гражданин, лицо без гражданства), самостоятельно, на свой риск и под свою личную имущественную ответственность осуществляющее предпринимательскую деятельность и зарегистрированное для этих целей в установленном порядке.

Главной особенностью предпринимательской деятельности в качестве индивидуального предпринимателя (ИП) является тот факт, что гражданин отвечает по своим обязательствам всем имуществом, которое принадлежит ему в законном порядке, за исключением имущества, на которое в соответствии с законом не может быть обращено взыскание.

Индивидуальный предприниматель одна из самых распространенных форм ведения малого бизнеса. Главные особенности этой формы – простота регистрации, минимизация затрат на образование, простота налогообложения, простота ликвидации. Индивидуальным предпринимателем не могут быть государственные и муниципальные служащие.

Крестьянское (фермерское) хозяйство (КФХ) – это разновидность индивидуальной предпринимательской деятельности без образования юридического лица, при которой семья или группа лиц совместно осуществляет производство, переработку и реализацию сельскохозяйственной продукции на основе

использования имущества и земельных участков, находящихся в их пользовании, в том числе собственности, пожизненно наследуемом владении или аренде.

Цель КФХ – увеличение дохода и рост благосостояния семьи за счет трудового участия ее членов в производственной и коммерческой деятельности хозяйства. **Членами КФХ** являются только трудоспособные лица. Нетрудоспособные члены семьи (дети до 16 лет, пенсионеры, инвалиды) помогают вести хозяйство, но не являются его членами.

4. Сравнительная характеристика ИП и ООО

Наиболее частый вопрос, возникающий перед предпринимателем до регистрации своего дела – что предпочтительнее: **ИП** или **ООО**? Это две наиболее распространенные формы бизнеса, которые имеют свои преимущества и недостатки.

Прежде чем сделать выбор в пользу той или иной формы, необходимо выявить основные их отличия.

Ключевые различия

	ИП	ООО
Статус	Физическое лицо	Юридическое лицо
Сложность подготовки документов	Низкая (нужен паспорт и ИНН, заявление)	Более высокая (дополнительно потребуются учредительные документы)
Длительность регистрации	До 5 дней	До 5 дней
Государственная пошлина	800 рублей	4.000 рублей
Место регистрации	По месту жительства	По месту нахождения юридического адреса
Может ли открыть нерезидент?	Да	Да
Количество участников	1	до 50

Таким образом, открытие ООО и регистрация ИП не требует много времени и может быть выполнена в течение нескольких дней. Но если предприниматель обладает правом встать на учет в МНС по месту жительства, то для ООО требуется юридический адрес.

Налогообложение

	ИП	ООО
Налогообложение	Те же, что и ЮЛ, плюс ПСН и 3 НДФЛ	ОСНО, УСН, ЕНВД, ЕСХН
Учет	Бухгалтерский, упрощенный	Бухгалтерский и налоговый учет ведется в полном объеме (особенно если выбрана общая система налогообложения)

Налоговый учет для ИП значительно упрощен по сравнению с ООО. Для примера ИП находящейся на упрощенном режиме налогообложения не сдает бухгалтерскую отчетность (формы №1 и №2), для ООО такой преференции нет.

Уровень распоряжения имуществом

	ИП	ООО
Распоряжение прибылью	По своему усмотрению, в любой момент. При этом в законодательстве нет четкого ограничения по целевому использованию прибыли.	По решению всех учредителей, получение дивидендов – раз в квартал, необходимо платить налог с дивидендов (сейчас - 9 %)
Распоряжение организационно-правовой формой	Нельзя продать, можно только прекратить регистрацию	Можно продать или ликвидировать
Доверие со стороны контрагентов	Зависит от репутации, но для новичков - невысокое	Зависит от величины активов компании, её статуса
Доступ к кредитованию	Низкий, но есть исключения для предпринимателей с большой выручкой	Средний и высокий (зависит от наличия имущества, репутации компании и других факторов)

Отличия в процессе работы

	ИП	ООО
Ответственность бизнесмена	Отвечает всем своим имуществом: обратить во взыскание можно недвижимость, автомобили, банковские счета и прочее	Учредители Общества отвечают исключительно своей долей в уставном фонде. Размер капитала большинства ООО – 10 000 руб.
Наличие печати	Необязательно	Обязательный атрибут
Ограничения по видам деятельности	Нельзя торговать алкоголем, осуществлять частную охранную, страховую, туроператорскую, банковскую деятельность, производить боеприпасы и оружие, заниматься реализацией лекарств	Нет
Возможность получения лицензии	Затруднено, для некоторых видов деятельности для ИП на законодательном уровне введён запрет на получения лицензии	Высокая, запретов нет
Взносы во внебюджетные фонды	Необходимо платить в любом случае, даже если деятельность не ведётся и сдается нулевая декларация (Как правильно платить страховые взносы для ИП в 2015 году)	Можно приостановить деятельность без обязательных отчислений
Орган управления	Непосредственно предприниматель	Можно нанять директора или даже целую администрацию

Расчеты	В наличной и безналичной форме	В безналичной (неограниченно) и наличной (ограничение не более 100 000 руб.)
Штрафы	Низкие — до 50.000 рублей*	Крайне высокие — до 1.000.000 рублей
Привлечение иностранных и внутренних инвестиций	Практически невозможно	Возможно (всё зависит от уровня развития компании)
Административное приостановление деятельности	Затруднено	Возможно (по решению суда, надзорных органов и т.д.)
Привлечение к уголовной ответственности	Возможно	К ответственности привлекаются только должностные лица
Уровень бюрократии	Низкий (документы готовятся только тогда, когда это требуется по закону)	Высокий (все важные решения должны приниматься общим собранием, путем принятия приказов, с ведением протоколов)

*В КоАП РФ ответственность дифференцирована для физических и юридических лиц. К примеру, ст.14.2 устанавливает ответственность за незаконную продажу предметов, ограниченных к обороту. Если на физическое лицо налагается штраф до двух тысяч рублей, то на юридическое – до 40000 рублей. Нарушение законодательства о рекламе (ст.14.3) обойдется ИП максимум в 5 тысяч рублей, ООО – до 500000 рублей.

Таким образом, управлять ООО несколько сложнее, так как все решения должны приниматься коллегиально, закрепляться соответствующим документом. ИП держит отчет, прежде всего, перед самим собой, следовательно, писать протоколы о том, почему принято то или иное решение, не требуется.

Ответ на вопрос какую организационно-правовую форму лучше выбрать ИП или ООО в первую очередь зависит от планируемой деятельности и количества учредителей. Все критерии не существенны плюсы есть у каждой формы. Так у ИП низкие штрафы, а у ООО больше доверия со стороны банков при получении кредитов, и доверие среди контрагентов выше.

Общество с ограниченной ответственностью

Достоинства	Недостатки
<ol style="list-style-type: none"> 1 Учредитель отвечает по долгам лишь в пределах доли в уставном фонде. В то же время, преднамеренное доведение организации до банкротства, занижение налоговой базы и другие нарушения преследуются по закону. 2 Можно получить любые виды специальных разрешений и лицензий. 3 Возможность приостановки деятельности. Приняв такое решение, компания может сократить расходы до минимального уровня. 	<p>Необходимость платить налог с дивидендов.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Высокие штрафы. Любые нарушения, выявленные в ходе деятельностикратно выше, чем для предпринимателей. 2 Необходимость вести полноценный налоговый учет (в большинстве случаев необходимо либо держать в штате бухгалтера или передать бухучет на аутсорсинг).

Индивидуальный предприниматель

Плюсы	Минусы
<ol style="list-style-type: none">1 Быстрая регистрация и прекращение деятельности. Если что-то пойдёт не так, свернуть деятельность можно в течение 2-3 дней.2 Возможность распоряжаться прибылью по своему усмотрению.3 Простая бухгалтерская отчетность. Подавляющее большинство ИП работает на упрощенных режимах налогообложения, которые позволяют вести учет самостоятельно.4 Минимум проверок. Теоретически предприниматель может вести трудовую деятельность в течение нескольких лет, ни разу не став объектов внимания контролирующих органов.	<ol style="list-style-type: none">1 Высокая ответственность по долгам. Предприниматель может лишиться всего имущества не только в теории, но и на практике: таких случаев — множество.2 Ограничение по видам деятельности.3 Недоступность некоторых видов специальных разрешений. Наиболее болезненные из них – это лицензии на торговлю алкоголем, осуществление охранной деятельности.4 Обязательные взносы во внебюджетные фонды. Независимо от наличия или отсутствия прибыли, платить деньги придётся.5 Определенные проблемы с получением заемных ресурсов. Не все банки кредитуют ИП.

5. Прекращение предпринимательской деятельности

Порядок прекращения деятельности юридического лица

Завершение деятельности любого юридического лица происходит в одном из следующих случаев:

- при **реорганизации** юридического лица (кроме процедуры выделения другой организации из состава);
- при **временной приостановке** деятельности – временное прекращение;
- при **ликвидации** юридического лица, включая ликвидацию ООО или ликвидацию ЗАО.

1) Прекращение деятельности организации путем **реорганизации**

Существуют следующие возможные **способы** реорганизации:

- **слияние** нескольких организаций лиц в одну новую;

- **присоединения** юридического лица к другому и прекращение деятельности предприятия;
- **разделения** юридического лица на несколько новых предприятий;
- **выделения** из состава других юридических лиц;
- **смены** организационно-правовой формы юридического лица, т.е. преобразования (прекращение деятельности ООО и создание ЗАО).

Порядок прекращения деятельности юридических лиц в случае реорганизации как правило предусматривает принятие соответствующего решения собственником имущества или участниками юридического лица. Это – **добровольная реорганизация**.

Российское законодательство предусматривает **принудительную реорганизацию** и прекращение предпринимательской деятельности ООО и других коммерческих организаций **по решению суда**. В отношении коммерческих организаций закон предусматривает и такие случаи, когда реорганизация может быть произведена принудительной. Причем, если решение суда или компетентного государственного органа о реорганизации не выполнено в установленный срок, суд назначает внешнего управляющего юридическим лицом, который и осуществляет его реорганизацию (п. 2 ст. 57 ГК).

2) **Временное прекращение** деятельности организации

Существует ряд причин, в соответствии с которыми предприятие может быть вынуждено приостановить свою предпринимательскую деятельность на некоторое время. Закон предусматривает как **добровольный**, так и **принудительный** порядок. Но временное прекращение деятельности юридического лица не ведет к отказу ведения бухгалтерского отчета, исполнению налоговых обязательств и предоставлению отчетности.

Для временного прекращения деятельности ООО выполняются следующие шаги и условия:

- в компании должно отсутствовать ведение хозяйственной деятельности (не могут выполняться оплаты, не могут быть получены доходы и прочее);
- расчетный счет не должен содержать ни единой финансовой операций;
- должен быть оформлен приказ о приостановке деятельности;
- все работники должны быть уведомлены о приказе (под роспись);
- работники должны быть отправлены в отпуск без содержания (по заявлениям) или уволены;
- в налоговую отправляется письмо о приостановке деятельности.

<http://mskpravo.com/poryadok-likvidacii-ooo>

2) Прекращение предпринимательской деятельности путем **ликвидации**

ГК РФ включает в себя **добровольный** и **принудительный** характер ликвидации предприятий и других юридических лиц. Типичные основания при **добровольной ликвидации** следующие:

- истечение срока, на который создавалось юридическое лицо;
- достижение уставных целей;
- нецелесообразность дальнейшей деятельности юридического лица;
- принципиальная недостижимость уставных целей организации.

Принудительное прекращение деятельности организации проводится **по решению суда**. Это возможно в следующих случаях:

- когда деятельность предприятия или организации проводится без лицензии (при обязательности ее оформления для данного вида хозяйствования);
- деятельность прямо запрещена законом;
- деятельность предприятия сопровождалась грубыми или неоднократными нарушениями законодательства (деятельность признается незаконной);
- по причине банкротства (действенно для коммерческих организаций, фондов, кроме казенных предприятий. Например, при прекращении предпринимательской деятельности ООО);
- по утрате имущества (менее минимального размера уставного капитала) – для унитарных предприятий и для хозяйственных обществ.

Часто прекращение деятельности юридического лица проводится **по санкции органов налоговой службы**, когда имеют место следующие нарушения:

- несвоевременное предоставление отчетов и деклараций и отчетов;
- несоответствие месторасположения объекта заявленным в паспортных данных;
- несоответствие адреса объекта.

Порядок прекращения деятельности юридических лиц по решению суда ничем не отличается от добровольного прекращения предпринимательской деятельности ООО. Он включает этапы: назначение ликвидационной комиссии, расчеты с выявленными комиссией кредиторами; формирование ликвидационного баланса, подготовка документов для статистических учреждений, регистрационных органов. Сроки осуществления процедуры прекращения деятельности предприятия – от нескольких месяцев до нескольких лет. Процедура ликвидации является не менее важным этапом в работе юридического лица, чем регистрация.

Порядок прекращения деятельности индивидуального предпринимателя

Нередко возникают обстоятельства, которые не способствуют успешному развитию бизнеса, поэтому индивидуальный предприниматель может принять решение приостановить деятельность или полностью ликвидировать предприятие.

Процедура должна проводиться в соответствии с законом, следовательно, каждый бизнесмен должен знать ее особенности.

Прекращение деятельности индивидуального предпринимателя может быть **добровольным** (решение принято на основании волеизъявления самого бизнесмена) или **принудительным** (решение о ликвидации ИП принимается государственными органами).

Основание для принудительной ликвидации ИП

Принудительная ликвидация проводится при наличии таких обстоятельств:

1. Банкротство предпринимателя.
2. Аннулирование первоначальной регистрации по причине того, что было нарушено законодательство.
3. Осуществлялась незаконная деятельность или она проводилась без лицензии или патента.
4. За ИП неоднократно на протяжении года замечались нарушения.
5. Бизнесмен признан недееспособным или внезапно скончался.
6. Для предпринимателя-нерезидента закончился срок действия разрешения на работу.
7. При совместном предпринимательстве произошел раздел имущества.

Что необходимо сделать перед началом процедуры закрытия ИП

Прежде всего, говоря о том, как закрыть ИП с долгами самостоятельно, важно упомянуть о сдаче всех необходимых деклараций (конечно, при условии, что таковые ранее не передавались в налоговые органы своевременно). Без сдачи и оплаты всех, имеющихся на данный момент, налоговых деклараций невозможно будет закрыть ИП. Ни одно отделение Федеральной налоговой службы не возьмется за выполнение данной процедуры, пока соответствующие долги ИП не будут погашены в полном объеме.

Важно знать: переплата суммы по налоговой декларации может быть возвращена только до момента официального закрытия ИП. После получения Свидетельства о закрытии (ликвидации) индивидуального предприятия разницу (переплаченную сумму налога) – вернуть нельзя.

Кроме того, предпринимателю следует заранее урегулировать все спорные моменты с контрагентами и госорганами, так как сверки счетов, дебиторские задолженности, взыскания контрагентов и прочие моменты удобнее и легче решить, находясь в статусе ИП.

Так же, на данном этапе необходимо разрешить все вопросы с сотрудниками. К началу процедуры закрытия весь персонал индивидуального предприятия должен быть уволен в связи с ликвидацией ИП, личные документы переданы лицам на руки, договора соответствующим образом – расторгнуты.

Список основных документов

Прежде чем приступить к выполнению процедуры закрытия индивидуального предприятия, желательно уточнить в ИФНС по месту жительства (регистрации)

список необходимых документов. В некоторых случаях он может несколько различаться. Примерный перечень того, что нужно, чтобы закрыть ИП:

- Оригинал квитанции об уплате государственной пошлины.
- Декларация о прекращении предпринимательской деятельности.
- Справка об отсутствии задолженности перед Пенсионным Фондом РФ (согласно Закону №129-ФЗ от 08.08.2001 года Налоговая служба не должна требовать этого, на деле же, как правило, иначе).
- Форма РСВ-2 и индивидуальные сведения за предыдущий год (справка будет выдана после проведения всех оплат).

Ключевые этапы закрытия ИП

Началом процедуры закрытия ИП является подача заявления в налоговый регистрирующий орган по месту жительства. Данное действие представляет собой первый шаг:

1. Заполнить заявление на закрытие ИП (форма Р26001).

Соответствующий бланк «Заявление о государственной регистрации прекращения физическим лицом деятельности в качестве индивидуального предпринимателя, в связи с принятием им решения о прекращении данной деятельности» можно скачать с официального сайта ФНС или взять в налоговой инспекции. Оно может быть подано в электронном или бумажном варианте.

2. Заполнить бланк квитанции на оплату государственной пошлины на закрытие ИП. Бланк, так же, можно взять лично или скачать с сайта ФНС.

3. Оплатить госпошину в отделении Сбербанка. В 2017 году ее размер составляет 160 рублей.

4. Подать заявление и оригинал оплаченной квитанции в налоговую инспекцию, в которой была осуществлена регистрация ИП.

5. Получить через 5 рабочих дней «Свидетельство о государственной регистрации прекращения физическим лицом деятельности в качестве индивидуального предпринимателя» (Форма Р65001) и «Выписку из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей».

Чтобы получить Свидетельство и Выписку из ЕГРИП при себе необходимо имеет паспорт и расписку, выданную налоговой службой. Если документы не были забраны в срок, они отправляются заказным письмом по месту прописки.

6. В течение 12 календарных дней после получения документов, необходимо уведомить свое отделение Пенсионного фонда РФ о закрытии предприятия, получить расчет по платежам.

7. Далее следует подача отчетов в Фонд социального страхования, закрытие расчетного счета (если таковой был), снятие с учета контрольно-кассовой машины.

Об этих действиях нельзя забывать, так как за их несвоевременное выполнение можно получить штраф.

После ликвидации физическое лицо обязано хранить все документы, которые имели отношение к хозяйственной деятельности ИП на протяжении 5 лет. Фискальный орган имеет право проводить камеральные проверки закрытых ИП в течение 3 лет.

Как показывает практика, закрытие ИП, как и ликвидация юридического лица, ООО, не простая процедура. Поэтому, вполне целесообразно, если не полностью доверить ее профессионалам, то, как минимум, получить предварительную комплексную консультацию.