

ДОГОВОР КУПЛИ-ПРОДАЖИ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Ю. В. Дементьева, студентка 3-го курса направления подготовки «Юриспруденция» Саранского кооперативного института (филиала) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»

О. В. Нестерова, кандидат исторических наук, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин Саранского кооперативного института (филиала) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»

Договор купли-продажи относится к договорам передачи имущества в собственность. В общей системе договорного права это один из самых распространенных и значимых в российском гражданском праве договоров. На его основе осуществляются отношения по обмену созданных природой и производимых человеком имущественных ценностей, выступающих в торговом обороте в качестве товаров. Почти пятая часть всех статей Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ), посвященных отдельным видам гражданско-правовых договоров, приходится на долю договора купли-продажи.

Более того, основная схема организации обязательственных правоотношений между продавцом и покупателем, заложенная законодателем в договоре купли-продажи (товар в обмен на встречное предоставление), применяется практически во всех возмездных гражданско-правовых договорах. Она используется не только в договорах, по которым товар передается в собственность (договоры мены, ренты и пожизненного содержания с иждивением, аренды с правом выкупа), но также в договоре об уступке требования (*cessio*), договорах о производстве работ и оказании услуг, договорах о передаче исключительных имущественных прав на результаты интеллектуальной деятельности, договорах о передаче информации.

Договор купли-продажи это соглашение, в силу которого одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену) (ст. 454 ГК РФ).

Договор купли-продажи является консенсуальным. Передача товара покупателю представляет собой исполнение заключенного и вступившего в силу договора купли-продажи со стороны продавца. Если момент вступления договора в силу совпадает с фактической передачей товара, то он исполняется в момент заключения.

Договор купли-продажи является возмездным и двусторонним. Он является договором синаллагматическим, поскольку исполнение обязательств покупателем по оплате товара обусловлено исполнением продавцом своих обязательств по передаче товара покупателю (п. 1 ст. 328 ГК РФ). Иными

словами, покупатель не должен исполнять свои обязанности по оплате товара до исполнения продавцом своих обязанностей по передаче ему товара. Если же договор купли-продажи заключен с условием о предварительной оплате товара покупателем, субъектом встречного исполнения становится продавец, который может не производить исполнение обязанностей по передаче товара до получения от покупателя обусловленной суммы предоплаты.

Купля-продажа является наиболее важным договором в странах с рыночной экономикой. Механизм купли-продажи составляет основу гражданского оборота. Со времен римского права основная хозяйственная цель договора купли-продажи заключается в том, чтобы в хозяйство покупателя поступали те или иные нежные для него вещи. Наиболее эффективное правовое средство для достижения этой цели состоит в том, чтобы сделать покупателя собственником необходимых вещей. Большинство случаев наделения субъекта правом собственности происходит именно в рамках договора купли-продажи.

Не случайно, в своде законов гражданских Российской империи купля-продажа рассматривалась как способ приобретения права собственности. Между тем именно в соответствии с этой своей главной целью перенесение права собственности договор купли-продажи является классическим, наиболее полно разработанным видом обязательства.

По договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью (п. 1 ст. 492 ГК). Этот договор имеет ряд особенностей.

Во-первых, на стороне продавца всегда выступает лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу. Под предпринимательской деятельностью понимается самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (п. 1 ст. 2 ГК). Покупателем по данному договору может быть любой субъект гражданского права, однако чаще всего ими являются граждане.

Во-вторых, в данном договоре важна цель передачи покупателю товара. Такой целью является личное, семейное, домашнее или иное использование, не связанное с предпринимательской деятельностью.

В-третьих, договор розничной купли-продажи является публичным договором и должен заключаться с любым лицом и на равных условиях (ст. 426 ГК).

Инновационная деятельность - это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции, совершенствования технологии и организации производства.

Инновационная деятельность включает:

- выявление проблем предприятия;

- осуществление инновационного процесса;
- организацию инновационной деятельности.

Главная предпосылка инновационной деятельности предприятия состоит в том, что все существующее стареет. Поэтому необходимо систематически отбрасывать все то, что износилось, устарело, стало тормозом на пути к прогрессу, а также учитывать ошибки, неудачи и просчеты. Для этого на предприятиях периодически необходимо проводить аттестацию продуктов, технологий и рабочих мест, анализировать рынок и каналы распределения. Иными словами, должна проводиться своеобразная рентгенограмма всех сторон деятельности предприятия. Это не просто диагностика производственно-хозяйственной деятельности предприятия, его продукции, рынков и т.д. На ее основе руководители должны первыми подумать о том, как самим сделать свою продукцию (услуги) морально устаревшей, а не ждать, пока это сделают конкуренты. А это, в свою очередь, будет побуждать предприятия к инновациям. Практика показывает: ничто так не заставляет руководителя сосредоточиться на инновационной идее, как осознание того, что производимый продукт уже в ближайшем будущем окажется устаревшим.

Откуда берутся инновационные идеи? Можно назвать семь источников таких идей. Перечислим внутренние источники; они возникают в рамках предприятия или отрасли. К ним относятся:

1. неожиданное событие (для предприятия или отрасли) - успех, неудача, внешнее событие;
2. неконгруэнтность - несоответствие между реальностью (какова она есть на самом деле) и нашими представлениями о ней;
3. нововведения, основанные на потребности процесса;
4. внезапные изменения в структуре отрасли или рынка.

Следующие три источника нововведений относятся к внешним, так как они имеют свое происхождение за пределами предприятия или отрасли. Это:

1. демографические изменения;
2. изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках;
3. новые знания (как научные, так и ненаучные).

Анализ названных ситуаций при рассмотрении того или иного типа изменения позволяет установить характер инновационного решения. Во всяком случае, всегда можно получить ответы на следующие вопросы. Что будет, если мы воспользуемся создавшимся изменением? Куда это может привести предприятие? Что нужно сделать, чтобы изменение превратить в источник развития?

Вместе с тем из семи источников изменений наиболее важными являются третье и седьмое, так как они носят наиболее радикальный характер.

Изменение, вызываемое потребностью процесса, представляет собой куда более важное значение, нежели два первых. Старая пословица гласит: "необходимость есть мать изобретения". В данном случае изменение основывается на потребности практики, жизни. (Замена ручного набора в

книгопечатании, сохранение свежести продуктов и др.) Вместе с тем реализация этого типа изменений предполагает необходимость понимания, что:

- недостаточно прочувствовать потребность, важно познать и разобраться в ее сути, иначе невозможно найти ее решение;
- не всегда возможно удовлетворить потребность, а в этом случае остается только решение какой-то ее части.

Во всяком случае, при решении проблемы этого типа необходимо ответить на следующие вопросы. Понимаем ли мы, в чем и в каких изменениях нуждается процесс? Имеются ли в наличии необходимые знания или их нужно получить? Соответствуют ли наши решения привычкам, традициям и целевым ориентациям потенциальных потребителей?

Наиболее существенные изменения, можно сказать радикальные, происходят на основе "новых знаний". Нововведения, основанные на новых знаниях (открытиях), как правило, трудноуправляемы. Это обуславливается рядом обстоятельств. Прежде всего, наблюдается, как правило, большой разрыв между появлением нового знания и его технологическим использованием, во-вторых, проходит много времени до того, как новая технология материализуется в новом продукте, процессе или услуге.

В этой связи нововведения, основанные на новых знаниях, требуют:

- тщательного анализа всех необходимых факторов;
- ясного понимания преследуемой цели, т.е. необходима четкая стратегическая ориентация;
- организации предпринимательского управления, поскольку здесь необходимы финансовая и управленческая гибкость и нацеленность на рынок.

Инновация - это работа, требующая знаний, изобретательности, таланта. Подмечено, что новаторы в основном работают только в одной области. Например, Эдисон сосредоточил силы только на электричестве. Успешная инновация требует упорнейшей сосредоточенной работы. Если вы к ней не готовы, не помогут ни знания, ни талант.

Чтобы преуспеть, необходимо использовать свои сильные стороны, люди должны увлечься инновацией всерьез.

Наконец, инновация означает изменения в экономике, промышленности, обществе, в поведении покупателей, производителей, работников. Поэтому она всегда должна ориентироваться на рынок, руководствоваться его потребностями.

Для осуществления предприятием инновационной деятельности, оно должно иметь такие структуру и настрой, которые способствовали бы созданию атмосферы предпринимательства и восприятия нового как благоприятной возможности. При этом необходимо учесть ряд важных моментов.

Основной организационный принцип для инновации заключается в создании команды из лучших работников, освобожденных от текущей работы.

Как показывает опыт, все попытки превратить существующее подразделение в носителя инновационного проекта заканчиваются неудачей. Причем этот вывод касается как предприятия крупного, так и малого бизнеса. Дело в том, что поддержание производства в рабочем состоянии - уже большая задача для людей, этим занятых. Поэтому на создание нового у них практически не остается времени. Существующие подразделения, в какой бы сфере они ни функционировали, в основном способны лишь расширять, модернизировать производство.

Предпринимательская и инновационная деятельность не обязательно должна проводиться на постоянной основе, тем более в малых предприятиях, где такая постановка дела зачастую невозможна. Однако необходимо назначить работника, персонально ответственного за успех инноваций. Он должен отвечать за своевременное выявление и замену устаревающей продукции, техники, технологии, за всесторонний анализ производственно-хозяйственной деятельности (рентгенограмму бизнеса), за разработку инновационных мероприятий. Работник, ответственный за инновационную деятельность, должен быть лицом, достаточно авторитетным на предприятии.

Необходимо оградить инновационное подразделение от непосильных нагрузок. Вложения в разработку инноваций не должны включаться в регулярно проводимый анализ отдачи от капиталовложений до тех пор, пока новые изделия (услуги) не утвердятся на рынке. В противном случае дело будет загублено.

Прибыль от реализации инновационного проекта существенно отличается от прибыли, получаемой за выпуск отлаженной продукции. На протяжении длительного времени новаторские начинания могут не давать ни прибыли, ни роста, а только потреблять ресурсы. Затем инновация в течение длительного времени должна быстро разрастаться и возвращать вложенные в ее разработку средства, по меньшей мере, в 5-10-кратном размере, иначе ее можно рассматривать как неудачную. Нововведение начинается с малого, но результаты его должны быть масштабными.

Предприятием следует управлять таким образом, чтобы в нем создавалась атмосфера восприятия нового не как угрозы, а как благоприятной возможности. Сопротивления изменениям коренятся в страхе перед неизвестным. Каждый работник должен осознать, что нововведения - это лучшее средство сохранить и укрепить свое предприятие. Более того, необходимо понять, что нововведения - это гарантия занятости и благополучия каждого работника. Организация инновационной деятельности на основе указанных принципов позволит предприятию продвинуться вперед и добиться успеха.

Инновационная деятельность может осуществляться как в рамках предприятий специально созданными для этого подразделениями (так называемые внутренние венчуры), так и самостоятельными венчурными (рисковыми) фирмами.

Внутренние венчуры представляют собой небольшие подразделения, организуемые для разработки и производства новых типов наукоемкой продукции и наделяемые значительной автономией в рамках предприятий. Отбор и финансирование предложений, поступающих от сотрудников предприятия или независимых изобретателей, ведутся специализированными службами. В случае одобрения проекта автор идеи возглавляет внутренний венчур.

Таким образом, используя инновации, предприятие снижает издержки, наращивает объемы производства, завоевывает рынки сбыта, увеличивает массу прибыли, способствует повышению эффективности предпринимательства и развитию национальной экономики.