

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

**ВЕСТНИК  
НАЦИОНАЛЬНОГО ИНСТИТУТА БИЗНЕСА**

*Выпуск 30*

Международная научно-практическая конференция  
«Малое предпринимательство и коллективные формы  
хозяйствования в современной экономике»  
19 декабря 2017 г.

Москва  
2017

ББК 74.58

В38

**Редакционный совет:**

- Плакий С. И. – ректор Национального института бизнеса, заслуженный деятель науки РФ, доктор философских наук, профессор;
- Пеньковский Д.Д. – зав. отделом научно-исследовательской работы и формирования у обучающихся профессиональных качеств по направлениям подготовки, доктор исторических наук, профессор;
- Алексеев В. А. – руководитель центра качества и организации учебного процесса, доктор философских наук, доцент;
- Миронова Н. Н. – зав. кафедрой экономики и управления на предприятии, доктор экономических наук, профессор;
- Решетов К. Ю. – зав. кафедрой гражданско-правовых дисциплин, доктор экономических наук, доцент;
- Шматова Н. И. – декан факультета экономики, управления и права, кандидат исторических наук, доцент;
- Черкасова Е. А. – декан заочного факультета экономики и права, кандидат исторических наук.

Вестник Национального института бизнеса включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), индексируется в Научной электронной библиотеке ELIBRARE. RU.

**В38 Вестник Национального института бизнеса.** Выпуск 30. Международная научно-практическая конференция «Малое предпринимательство и коллективные формы хозяйствования в современной экономике». 19 декабря 2017 г. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета, 2017. – 247 с.

ISBN 978-5-907017-26-9

© Национальный институт бизнеса, 2017

## Вступительное слово

Уважаемые коллеги, друзья, товарищи!

Мы собрались на нашу конференцию для обсуждения вопросов развития малого предпринимательства и коллективных форм хозяйствования. Успешное развитие экономики страны зависит от многих факторов, но обозначенные проблемы оказывают довлеющее влияние на успех дела. Кроме того, они логически связаны друг с другом. Внедрение коллективных форм организации производства дает наибольший эффект для малых и средних предприятий. Это не удивительно, поскольку атмосфера доверия, чувство локтя, видимая непосредственная связь между трудовым вкладом и его оплатой возникает в сравнительно небольших по численности коллективах. Было доказано, например, что оптимальное количество работающих в вагоноремонтных предприятиях для внедрения коллективистских принципов – 300-350 человек, максимум 500. [Н.Л. Пирогов, А.А. Рязанов. Развитие систем мотивации и стимулирования персонала вагоноремонтных предприятий. – М.: Национальный институт бизнеса, 2015. – 136 с.]

В России официально зарегистрировано 40 предприятий коллективной формы собственности. Это очень немного. Однако, все они имеют показатели деятельности лучшие, чем у государственных или частнокапиталистических предприятий. Возникает вопрос, а в чем же дело, почему народные предприятия так малочисленны и официальная власть не уделяет их развитию никакого внимания?

Мне вспоминается советское время. Бывало, когда приходилось решать какую-то новую научно- или организационно-техническую проблему, по которой имелся положительный зарубежный опыт, то мы нередко рассуждали так: «Если за бугром эта проблема решена, то нам не сомневаясь, можно использовать их опыт, ведь капиталисты тратят собственные деньги, считать которые они умеют».

Такой подход имеет право на жизнь и в наше время. Тщательно изученный заграничный опыт в части предприятий коллективной формы собственности показывает его прогрессивность и широкое распространение в экономически развитых странах. Почему так происходит? Объяснение простое – это выгодно и капиталистам, и работникам, причем в первую очередь – капиталистам. Повышается конкурентоспособность предприятия, в котором труд работников становится высокомотивированным, сохраняется и укрепляется социальный мир.

А что у нас, в России? В нашей стране избран путь развития экономики через концентрацию собственности в руках немногих. К чему это приводит, давно разобрались зарубежные специалисты. Американец Луис Келсо еще в 1958 году опубликовал работу «Манифест капитализма», в которой доказывал, что организация производства по «хозяин – наемный работник» - плохо работающая система, что оптимально функционирующий принцип–

трудовых отношений – это партнерство. Келсо утверждал, что в условиях сверхконцентрации собственности экономика становится неработающей. Избыточный доход, который получают эти собственники, он назвал социально деструктивным капиталом, вступает в противоречие с интересами общества.

А Святослав Николаевич Федоров эту мысль разъяснял популярно: «Концентрация средств производства в руках экономической и политической элиты никогда не сможет вывести нашу страну из кризиса. Это аналогично тому, как не могут победить в войне одни генералы и полковники, если их солдаты не заинтересованы в победе. Сегодня у нас именно такая ситуация». [Судьба России в наших руках: Сб. статей и интервью. – М., 1997. С. 17]. Она, на мой взгляд, и привела к тому, что наша страна уже не одно десятилетие не имеет внятной экономической политики, способной обеспечить достойный рост народного хозяйства.

Иностранец Джон Симмонс, профессор из США, пишет о том, что у нас хорошо известно: «Самый охраняемый в России секрет – это положение в тех фирмах, где генеральные директора обращаются с рабочими, как с партнерами, а не используют незаконно присвоенные фонды в интересах личного обогащения и перевода украденного на счета в иностранных банках. От российской общественности скрывается, что такие фирмы работают лучше других компаний». [Время эффективных собственников. – М.: РСНП, изд. 2-е дополненное, 2010- В 81. С. 126] Уже много лет сторонники развития партнерских отношений на производстве ставят перед правительством РФ вопрос об отражении в статистической отчетности итогов работы народных предприятий. Однако даже он не решен до сих пор.

Гармонизация внутрипроизводственных отношений является, без сомнения, условием перехода к эффективной экономике. А что имеем сейчас: владелец производственной собственности обладает практически неограниченными правами и несет ограниченную ответственность. Очевидно, что это положение надо менять: права собственника следует ограничить одновременно с растущей и солидарной с другими участниками производства ответственности. Истинность этого утверждения убедительно обосновывается в монографии под редакцией члена-корреспондента РАН Георгия Борисовича Клейнера «Коллективные формы хозяйствования в современной экономике».

В упомянутой монографии, в отличие от множества других публикаций на эту тему, проблема партнерских отношений на производстве изложена системно и подробно. Этот труд коллектива авторов фактически подчинен задаче обоснования выбора пути развития не только экономики, но и всей социальной сферы страны.

Следует заметить, что особенность исследования проблемы коллективных форм хозяйствования заключается в том, что она ориентирует на поиск ответов на злободневные вопросы нашей действительности, включая пути развития демократии, поиски объединяющей идеи, обоснование исторических традиций социально-экономического развития России.

Для обычного нормального человека демократия как форма государственного устройства общества предстает в виде двух составляющих. Первая – это взаимоотношения человека с представителями государства, органами федерального, муниципального и местного подчинения. Вторая составляющая – это взаимоотношения внутри предприятия, организации, где трудится человек, где он зарабатывает деньги для себя и своей семьи. Эти две составляющие, имеющие различные характерные черты, находятся в постоянном взаимодействии и взаимно влияют друг на друга.

Первая составляющая является объектом постоянного обсуждения. Она-то и олицетворяет демократию как таковую в представлении политиков, ученых, руководителей государства, граждан. Ее стараются совершенствовать, ей дают названия, определения. (Пример – «суверенная демократия»). [Н. Пирогов. Какая демократия нам нужна? Микроэкономика, 2007, № 3].

Человек только тогда может чувствовать себя свободным, живущим в условиях демократии, когда он экономически независим, обладает собственностью, владеет продуктом своего труда и участвует в управлении процессом производства. В наибольшей степени эти условия могут соблюдаться, когда работник трудится в индивидуальном, созданном им предприятии. Но таких предприятий не может быть много. Производства с коллективной формой собственности (народные предприятия) раскрывают для работника возможность не только для высокопроизводительного труда, но и являются основой настоящей демократии.

Обсуждая проблему развития коллективных форм хозяйствования, нужно также иметь в виду, что суть ее соответствует российской культурно-исторической традиции, многовековой приверженности россиян к кооперативной организации производства, обостренному чувству социальной справедливости.

Проблема, являющаяся темой нашей конференции, сложна и многогранна. Объективно оценивая ее, следует заметить, что предприятия коллективной формы собственности не являются универсальным лекарством от всех наших бед в экономике и общественной жизни, но не вызывает сомнения то, что институт коллективной собственности может стать действенным регулятором социально-экономических отношений в нашей стране.

В текущем году воссоздан Союз народных предприятий, который называется сейчас «Национальный Союз народных и коллективных предприятий Российской Федерации». Его президентом избран депутат Государственной Думы РФ Павел Сергеевич Дорохин. Он был приглашен на нашу конференцию. Приглашались также и такие известные в стране люди, как лидер КПРФ Геннадий Андреевич Зюганов и Павел Николаевич Грудинин, директор знаменитого совхоза имени В.И. Ленина. Их участию в конференции помешало начало компании по выборам президента РФ. Причина более чем уважительная.

Хочу обратить внимание еще на один момент. В этом году исполнилось бы 90 лет Святославу Николаевичу Федорову, первому президенту

Российского союза народных предприятий. Он погиб 2 июня 2000 года в возрасте 73 лет. Можно сказать, в расцвете творческих сил, когда его мысли и предложения успешно воплощались в конкретные достижения. Наша конференция – практически, продолжение дела, начатого этим человеком. Давайте помнить об этом.

*Модератор конференции,  
доктор экономических наук, профессор, советник по экономическим  
вопросам АНО ВО «Национальный институт бизнеса»  
Н. Л. Пирогов*

*Амиров Н. И.<sup>1</sup>*  
*Институт изучения проблем стран Азии и Европы*  
*Академии наук Республики Таджикистан*  
*Миронова Н.Н.<sup>2</sup>*  
*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ ФОРМАХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Аннотация.** Представлены основные этапы социально-экономического развития сельскохозяйственных предприятий страны. Выявлены основные тенденции экономических изменений. Определены проблемы аграрного сектора в современный период рыночных отношений.

**Ключевые слова:** организационно-правовые формы хозяйствования, этапы структурных изменений, сельскохозяйственные предприятия.

При оценке формирования производственного потенциала важное значение имеет объективный анализ развития сельскохозяйственного производства. Для того чтобы рационально организовать и вести его, необходимо знать экономическое прошлое и настоящее, видеть основные плюсы и минусы, благоприятные и неблагоприятные условия, учитывать возможности, а также основные тенденции социально-экономического развития страны.

Следует учитывать специфические особенности развития сельского хозяйства существенно отличающие их от других отраслей народного хозяйства. Аграрный сектор экономики связан с биологическими процессами, которые находятся в прямой зависимости от природных факторов, деятельности человека, использовании земли, растений, животных, объемов разнообразного по своему составу и назначению основного и оборотного капиталов, наличия постоянного риска в получении стабильных доходов, ценовой неэластичности спроса на продукцию, большим разрывом во времени между произведенными затратами и результатом.

В современных условиях бизнеса эти и другие особенности наиболее значимо проявляются при развитии рыночных отношений, усилившейся конкуренции, что вызывает необходимость постоянного вмешательства и поддержки сельских товаропроизводителей со стороны государства.

В работах В.А. Добрынина [2], А.А. Никонова [4], А.А. Шутькова [7] ряда других авторов по - разному рассматривается история и экономика развития сельского хозяйства России, определение ее этапов и их оценка. Вместе с тем они не дают положительной характеристики современной аграрной реформы. Так А.А. Никонов отмечает, "что Россия переживает сейчас едва ли не са-

---

<sup>1</sup> *Амиров Назруло Исматович*-кандидат экономических наук, доцент, заместитель директора Института изучения проблем стран Азии и Европы Академии наук Республики Таджикистан.

<sup>2</sup> *Миронова Наталья Николаевна*-доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики и управления на предприятии. АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

мый драматический этап своей истории. В стране зарождается новый общественный строй, осуществляются масштабные политические и экономические преобразования, изменяются взаимоотношения государства с мировым обществом".

Анализ показывает, что сельское хозяйство России за XX и начала XXI столетия постоянно претерпевало подъёмы и спады производства, качественные преобразования. Рассматривая аграрную историю за более чем столетний период, на наш взгляд, следует выделить шесть наиболее крупных исторических эпох. Первая эпоха связана с проведением аграрной реформы начала XX столетия (Столыпинская реформа); вторая – с преобразованиями после Гражданской войны, основанными на НЭП; третья – с коллективизацией сельского хозяйства; четвёртая – с восстановлением экономики после Великой Отечественной войны; пятая – с крупными инвестициями в аграрный сектор; шестая – с коренными преобразованиями форм собственности начавшемся с 90-х годов XX столетия и выделением двух этапов – до 2000 г и после 2000 года по настоящее время.

**Первая эпоха** связана с проведением аграрной реформы начала XX века, идеологом которой был П.А. Столыпин, основана на разрушении общин, введении рынка земли. За 1907-1915 гг. из общин вышло 2 млн. крестьянских семей. Рынок земли осуществлялся через Крестьянский банк. За эти годы общинами было куплено 3,06 млн. десятин, товариществами (кооперативами) – 10 млн., частными хозяйствами – 3,68 млн., что составляло 4,3% общего количества земель. В этот период аграрная реформа не создавала необходимых условий для улучшения жизни крестьян.

Реформа проводилась сверху. А.А. Шутьков отмечает, что "Реформа обошлась дорого основной массе крестьянства, вылилась в массовые репрессии, которым подвергалось 1,5 млн. человек. Антинародный характер ее проявлялся в том, что были сохранены в неприкосновенности огромные помещичьи латифундии, в то время как миллионы крестьян буквально задыхались от безземелья и малоземелья, плодивших в деревне голод и нищету" [ 7]

Оценивая эту эпоху, А.Н. Энгельгарт писал: "Положение крестьян стало всё же лучше, чем при крепостном праве, но крестьянское хозяйство не блещет изобилием. Большинство не имеют в достатке хлеба, так что многие вынуждены для уплаты повинностей, а то и для пропитания, идти к помещикам в наём или в город"[ 8]

Данная эпоха вызвала противоречия в обществе. Основная масса крестьян обнищала. Возникли крестьянские восстания, что привело к нестабильности в экономике страны.

**Вторая эпоха** связана с завершением Первой мировой и Гражданской войн, вызвавших разрушение экономики сельского хозяйства. Основной задачей Советской власти было восстановление сельскохозяйственного производства, основанное на новой экономической политике после революции (НЭП). В основе аграрной политики того периода была национализация земли, отмена частной собственности на нее, конфискация помещичьих земель, передача их крестьянам в общенародное достояние и организация коллективной обработки

земли. Декретом о земле, принятым на II съезде Советов 8 ноября 1917 года, была отменена помещичья собственность на землю без всякого выкупа. Крестьяне получили около 100 млн. га земли. Они были освобождены от уплаты аренды. Особое внимание в этот период обращалось на кооперацию. По данным В.А. Добрынина, к 1927г. было создано 18,6 тыс. кооперативов, работало 46,6 тыс. товариществ по совместной обработке земли, 46,1 тыс. артелей. Среднегодовой темп прироста продукции сельского хозяйства до первой мировой войны в стране составлял 3,5%, а в период НЭПа в 1923-1924 хозяйственном году - 9%, в 1924-1925 году - 6% [ 8]. За эти годы производство мяса увеличилось на 25%, молока на 14 %.

**Третья эпоха** связана с коллективизацией сельского хозяйства 30-40-х годов, которая нередко проводилась административными методами. Коллективизация с её перегибами и репрессиями коренным образом изменила уклад жизни основной массы сельского населения. Она создала социальную базу для развития крупнотоварного производства, перевода его на индустриальную основу.

В стране было создано 4,3 тыс. совхозов, которые являлись агрономическими центрами, ставшими в тот период и последующие годы передовыми хозяйствами по внедрению и пропаганде более эффективных технологий в земледелии, животноводстве и организации ведения производства.

Были приняты меры по индустриализации сельского хозяйства. В 1930г. вошел в строй Волгоградский тракторный завод, в 1931г. - Харьковский, в 1933г. - Челябинский тракторный завод. За 1928-1932 гг. колхозы и совхозы приобрели более 120 тыс. тракторов.

Организация на базе крестьянских хозяйств совхозов и колхозов способствовала росту производства сельскохозяйственной продукции. По данным Росстата, в Российской Федерации за 1931-1940 гг. поголовье крупного рогатого скота возросло с 23,4 до 27,8 млн. голов (на 18,8%), свиней с 5,5 до 12,1 млн. голов (в 2,2 раза), овец и коз с 28,1 до 51,2 млн. голов (в 1,8 раза).

Развитие сельского хозяйства было прервано началом Великой Отечественной войны, вызвавшей катастрофические разрушения экономики страны и села. В 1945г. по сравнению с 1940г. площадь зерновых культур Советского Союза была уменьшена на 24%. Валовой сбор составлял лишь 47,3 млн. т против 95,6 млн. т в 1940г. Восстановление объёмов производства сельскохозяйственной продукции довоенного уровня произошло только к 1950г.

**Четвертая эпоха** – охватывает годы после Великой Отечественной войны до 1965 гг. Этот период характеризуется ростом оснащённости сельскохозяйственных предприятий тракторами и сельскохозяйственными машинами, увеличением посевных площадей, числа совхозов. Произошло укрупнение хозяйств, за счёт преобразования части экономически слабых колхозов в совхозы. На эти годы приходится период освоения целинных и залежных земель. По данным ЦСУ СССР за 1954-1960 гг. в стране было освоено 41,8 млн. новых земель, в том числе 16,3 млн. га в России. За эти годы производство зерна возросло с 46,8 до 66,3 млн. т (на 41,7%), мяса - с 2,6 до 5,2 млн. т ( в 2 раза), молока с 21,4 до 40,1 млн. т (в 1,9 раза).

**Пятая эпоха** – 1965-1990 годы – состоит из двух этапов: первый (1965 – 1975 гг.) характеризуется повышением уровня инвестиций в сельское хозяйство, второй (1975 – 1990гг.) связан с организационно-экономическими преобразованиями.

На первом этапе происходит изменение системы заготовок сельскохозяйственной продукции, установлены стимулирующие закупочные цены. По данным Росстата, в стране за десять лет в сельское хозяйство было осуществлено капитальных вложений в 2,8 раза больше, чем за предыдущее десятилетие, что позволило поднять энерговооружённость сельскохозяйственного труда в 2,1 раза, фондовооружённость отрасли - в 2,5 раза.

За 1966-1975 гг. в России существенно возросло производство сельскохозяйственной продукции: производство зерна с 66,3 до 72,4 млн.т (на 9%), мяса с 5,2 до 7,5 млн.т (на 44,2%), молока с 40,1 до 48,1 млн.т (на 20%). Однако окупаемость капитальных вложений оставалась недостаточно высокой, что требовало принятия мер по рациональному использованию инвестиций, снижению издержек производства.

В течение второго этапа, охватывающего вторую половину 70-х годов и 80-е годы, государство принимает ряд мер, направленных на социально-экономические и организационно-хозяйственные преобразования. Наиболее важным документом, оказавшим влияние на экономику сельского хозяйства было Постановление ЦК КПСС "О дальнейшем развитии специализации и концентрации сельскохозяйственного производства на базе межхозяйственной кооперации и агропромышленной интеграции", принятое в мае 1976 г.

Государство переориентировалось на перераспределение национального дохода в пользу села. В 1971-1975 гг. по сравнению с 1966-1970 гг. капвложения в сельское хозяйство увеличились в 1,6 раза, в то время как в целом по народному хозяйству - в 1,4 раза. В структуре капитальных вложений национальной экономики доля АПК составила 32,8%, в том числе в сельского хозяйства - 26,3%.

Принимаются меры по комплексному решению экономических и социальных проблем Нечерноземной зоны РСФСР. В соответствии с постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О мерах по дальнейшему развитию сельского хозяйства Нечерноземной зоны РСФСР» (1974г.) в 1976-1980г. выделяется 35 млрд. руб. капитальных вложений – столько было вложено средств на развитие сельского хозяйства за три предыдущих пятилетки. В данной зоне осуществляется осушение 1,8 млн. га переувлажненных земель, что позволило вдвое увеличить площадь сельскохозяйственных угодий.

Осуществляется переход от многоотраслевой структуры к специализированному производству с развитием кооперации и интеграции. Предусматриваются меры по совершенствованию организационно-экономических отношений на селе с концентрацией материальных, денежных средств и трудовых ресурсов в интегрированных межхозяйственных предприятиях.

Получает распространение строительство крупных животноводческих комплексов, на которых производство продукции осуществлялось на базе широкого использования средств механизации. В Татарской ССР, Белгородской,

Ленинградской, Ростовской областях, в Краснодарском крае, где к этому качественно новому этапу в развитии животноводства подошли достаточно обоснованно, был обеспечен значительный рост производительности труда. Удалось достичь существенных темпов развития производства в птицеводстве.

Значительным событием в развитии продовольственного комплекса был майский (1982г.) Пленум ЦК КПСС «О продовольственной программе СССР на период до 1990г. и мерах по ее реализации». На пленуме были утверждены Программа и шесть постановлений по основным вопросам функционирования АПК.

Н.А. Тихонов отмечает, что по своему назначению, широте и масштабности Продовольственная программа заняла видное место в развитии агропромышленного производства. Её основной задачей стало обеспечение интеграции сельского хозяйства с отраслями, занимающимися хранением, транспортировкой и переработкой его продукции, в возможно короткий срок осуществить дальнейший значительный рост продовольственных товаров. Принципиальные особенности продовольственной программы заключались в следующем: была разработана на базе комплексного подхода к производству продовольствия с учётом интеграции отраслей АПК и выделения в нем главного звена – сельского хозяйства; были определены крупномасштабные меры по дальнейшему укреплению материально-технической базы, созданию сферы хранения и переработки сельскохозяйственной продукции; осуществлено выделение крупных финансовых ресурсов в социальную инфраструктуру села, направленных на значительное увеличение объемов жилищно-коммунального, культурно-бытового и дорожного строительства. [ 6]

В соответствии с Продовольственной программой осуществляются крупномасштабные меры по интенсификации сельского хозяйства. Решается задача химизации, механизации и мелиорации, направленная на рост эффективности сельскохозяйственного производства.

Произошли крупные изменения в формировании материально-технической базы. Количество тракторов в 1990 г. по сравнению с 1970 г. возросло на 34,8%. Число зерновых комбайнов увеличилось на 7%, тракторных культиваторов на 10,6% (табл. 1).

*Таблица 1.*

Техническая оснащённость сельскохозяйственных предприятий России (тыс. шт.)<sup>1</sup>

	1970	1975	1980	1990	1990 в % к 1970
Трактора	1012,6	1085,6	1150,4	1365,6	134,8
Тракторные культиваторы	543,6	560,4	580,1	602,5	110,8
Плуги тракторные	487,1	495,0	510,1	538,3	110,6
Зерновые комбайны	381,0	380,7	396,7	407,8	107,0
Свеклоуборочные машины	24,4	24,5	24,6	25,3	103,7
Силосоуборочные комбайны	72,5	95,6	110,4	120,9	166,7

<sup>1</sup> По данным Росстата за соответствующие годы

Корректировка аграрной политики государства, направленная на развитие АПК, улучшение организации производства, несмотря на ряд недостатков, обеспечили в среднем за 1986 – 1990 гг. по сравнению с 1971 -1975 гг. увеличение производства валовой продукции в сопоставимых ценах на 22,4%, зерна на 7,8, мяса скота и птицы на 34,5% (табл.2).

Таблица 2

Динамика производства основных видов сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации<sup>1</sup>

Показатели	В среднем за год				1986-1990гг. в % к 1971-1975гг.
	1971-1975	1976-1980	1981-1985	1986-1990	
Валовая продукция сельского хозяйства в сопоставимых ценах 1983 г., млрд. руб.	84,1	88,1	92,4	103,0	122,4
Зерно, млн.т.	96,7	106,0	92,0	104,3	107,8
Сахарная свекла, млн.т.	20,8	25,4	25,4	33,2	159,6
Мясо скота и птицы в живой массе, млн.т.	11,0	11,4	12,2	14,8	134,5
Молоко, млн.т.	47,7	48,2	48,7	54,2	113,6
Яйцо, млрд.шт.	29,9	36,7	43,1	47,9	160,2
Шерсть, тыс.т.	219,0	222,0	221,0	225,0	102,7

В эти годы Россия заняла одно из ведущих мест среди развитых стран по производству сельскохозяйственной продукции на душу населения. По данным Росстата, в производстве зерна страна заняла – четвертое место в мире, картофеля – первое, мяса – пятое, молока и яиц – второе.

Возросло потребление основных продуктов питания в расчете на душу населения. За 1970 – 1990 годы потребления мяса и мясопродуктов увеличилось с 59 до 75 кг или на 27,1%, молока и молочных продуктов с 295 до 386 кг или на 30,8%, яиц с 270 до 297 шт. или на 10%. В целом по уровню потребления продуктов питания страна вышла на 7 место в мире. За эти годы возросло потребление мяса, молочных продуктов, яиц, овощей и фруктов, в тоже время снизилось потребление хлеба, хлебобулочных изделий и картофеля (табл. 8).

В 1990г. в России числилось 27,3 тыс. сельскохозяйственных предприятий, из которых только 3% были убыточными. Уровень рентабельности по всем видам деятельности составлял 37%. Инвестиции в основной капитал возросли до 15,9%, оплата труда достигла 95% к общероссийскому уровню. АПК страны формировал около 40% национального дохода и две трети продукции народного потребления.

**Шестая эпоха.** Исходя из показателей развития сельского хозяйства и животноводства, анализа функционирования новых форм хозяйствования мы

<sup>1</sup> Статистические материалы развития агропромышленного производства России за 1990-1996 гг – М.:РАСХН. – С.13-15

делим её на два этапа – первый до 2000 года, второй с 2000 года по настоящее время.

Первый этап развития сельского хозяйства начался с издания Указа Президента Российской Федерации от 27 декабря 1991г. «О неотложных мерах по осуществлению земельной реформы в РСФСР» [ 1]. Основные положения Указа сводились к следующему: первое – директорам совхозов и председателям колхозов предписывалось в двухмесячный срок принять решение о реорганизации хозяйств; второе - комитетам по земельным ресурсам регионов предоставлялось право наложения штрафа на руководителей в размере трехмесячного оклада за задержку преобразований; третье - сельскохозяйственным предприятиям поручалось передавать в собственность сельских (поселковых) советов народных депутатов объекты социальной сферы, жилой фонд, внутрихозяйственные дороги, системы электроснабжения, газоснабжения, телефонные и другие объекты культурно-бытового назначения; четвёртое - вводилась частная собственность на имущество с выделением доли земли, право ее купли-продажи, а также аукционы; пятое - хозяйства, не обладавшие финансовыми и материальными ресурсами, подлежали ликвидации и реорганизации.

В развитие основных положений Указа Правительством был издан ряд дополнительных нормативных документов, в которых предусматривалась ликвидация колхозов и совхозов при их преобразовании, их разукрупнение, создание фермерского сектора, приватизация межхозяйственных объединений, агрокомбинатов, сфер переработки и хранения продукции, а также агросервисного обслуживания.

В результате преобразований к 1995 г. в стране сформирована качественно новая многоукладная экономика с различными формами собственности. Более чем в 30 раз возросло количество товаропроизводителей. Это явилось основной причиной негативных процессов, разрушения кооперативных и интеграционных связей, что привело к резкому спаду производства сельскохозяйственной продукции.

В 2016 г. по сравнению с показателями 1986-1990 гг. производство валовой продукции в сопоставимых ценах сократилось на 42,5%, производство зерна - на 37,3%, мяса - на 52,7%, молока - на 40,4%, шерсти – в 4,9 раза (табл.3).

*Таблица 3*

**Динамика производства сельскохозяйственной продукции в России  
(в хозяйствах всех категорий)<sup>1</sup>**

Вид продукции	В среднем за год			2016 г. в % к 1986- 1990гг.
	1986- 1990 гг.	1991- 1995 гг.	2016 г.	
Валовая продукция сельского хозяйства в сопоставимых ценах, млрд. руб.	103,0	82,6	59,2	57,5
Зерно, млн. т.	104,3	88,0	65,5	62,7

<sup>1</sup> Статистические материалы и результаты исследований развития агропромышленного производства России // М.: РАН, 2016. – С.4-5

Сахарная свекла, млн. т.	33,2	21,7	14,1	42,5
Мясо скота и птицы в живой массе, млн. т.	14,8	11,9	7,0	47,3
Молоко, млн. т.	54,2	45,4	32,3	59,6
Яйцо, млрд. шт.	47,2	40,3	34,0	72,0
Шерсть, тыс. т.	225,0	94,1	46,0	20,4

Резкое снижение объёмов производства сельскохозяйственной продукции, сокращение численности поголовья скота и птицы в сельскохозяйственных предприятиях, рост себестоимости сопровождаются значительным ухудшением финансово-экономической деятельности сельского хозяйства.

По данным Росстата, в 2016г. более 24% сельскохозяйственных предприятий системы являлись убыточными, что свидетельствует о сложной экономической ситуации, сдерживающей развитие подотрасли (табл.4).

Таблица 4

Финансово-экономические показатели деятельности сельскохозяйственных предприятий России

Показатели	Годы			
	1990	1995	2000	2016
Число хозяйств, ед.	27336	26897	28469	20969
Удельный вес убыточных хозяйств, % к общему числу	3	57	58	24,0
Прибыль, млн руб.	30	1450	13858	155639
Уровень рентабельности по всей деятельности, %	37	2,3	11,8	12,1
Кредиторская задолженность в % к выручке от реализации продукции	25,4	97,6	100,4	130,7

Вследствие разрушения сельскохозяйственных предприятий, прежде всего в крупнотоварном сегменте отрасли, преимущественно специализированных предприятий со сложившимися квалифицированными кадрами, имеющими достаточно высокий производственно-технический потенциал, располагающими возможностями для организации производства на интенсивной основе произошел катастрофический спад производства. Сегодня многие из них утратили сложившуюся в течение многих лет специализацию, перешли к малоэффективному многоотраслевому производству.

Таким образом, анализ показывает, что развитие сельского хозяйства за истекшее столетие в решающей степени зависело от аграрной политики государства. В это время происходили как позитивные, так и негативные процессы. Из всех эпох наиболее негативное воздействие на сельское хозяйство оказали процессы, сформировавшиеся в 1990 – 2016 гг., приведшие к нарастанию социально-экономических противоречий, спаду производства в сопоставимых ценах на 13,4 % в целом по сельскому хозяйству. В связи с этим необходимы комплексные меры по его восстановлению и развитию.

### Список использованных источников

1. Указ Президента РФ "О неотложных мерах по осуществлению земельной реформы в РСФСР". // Российская газета, 1991, 29 декабря.
2. Добрынин В.А. Критерий экономической эффективности производства//Экономика сельского хозяйства, 1980, № 6. - С.48-51.
3. Добрынин В.А. Роль сельской промышленности в выходе деревни из кризиса.. // АПК: экономика, управление, 1995, №5.
4. Никонов А.А. Спираль многовековой драмы: аграрная наука и политика России (XIII-XXвв.). – М.:ЭРД, 1995. -574 с.
5. Статистические материалы развития агропромышленного производства России за 1990-2016 г.г. – М.:РАСХН. – С.13-15.
6. Тихонов Н.А. Продовольственная программа и развитие агропромышленного комплекса//Советская экономика: достижения, проблемы, перспективы – М.: АПК, 1984. –С.142-160.
7. Шутьков А.А., Шелкоплясова Г.С. Формы хозяйствования в многоукладной сельскохозяйственной экономике.// АПК: экономика, управление, 2004, №9. - С.54-61.
8. Энгельгарт А.Н. О хозяйстве//Сеятели и хранители – М.: "Современник", 1992, Кн.1. – С.275.

*Анищенко А.Н.<sup>1</sup>*

*Институт социально-экономического развития территорий РАН*

### ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА АГРАРНОГО СЕКТОРА РЕГИОНА

**Аннотация.** Статья посвящена вопросу изучения государственной поддержки агропромышленного комплекса региона, а также определению ее роли в формировании стратегии развития отрасли.

**Ключевые слова:** агропромышленный комплекс, стратегия развития, государственная поддержка, региональный аспект.

Для Вологодской области аграрный сектор экономики является ее важной составной частью. Его доля в валовом региональном продукте в 2015 году составляла более 6%. В регионе было произведено порядка 12% валовой продукции сельского хозяйства СЗФО и 0,6% всей сельскохозяйственной продукции страны. Сельское хозяйство составляет основу аграрного комплекса региона, а пищевая и перерабатывающая промышленность обеспечивает надежное и бесперебойное продовольственное снабжение населения продуктами питания. Так, сельхозтоваропроизводителями региона население обеспечивается основными продуктами питания (кроме мяса и овощей) в со-

---

<sup>1</sup> *Анищенко Алеся Николаевна* - кандидат экономических наук, научный сотрудник Института социально-экономического развития территорий РАН.

ответствии с рекомендуемыми нормами<sup>1</sup>: производство молока превышает потребность в 1,5 раза, яйца – в 1,3 раза, картофеля – в 2 раза. Вместе с тем, по производству молока сельхозорганизациями области на душу населения регион в 2015 году находился на первом месте среди субъектов СЗФО и на четвертом месте по России, занимал 13 место по России и второе место по СЗФО по производству яиц на душу населения [1].

Перечень стратегических задач, направленных на совершенствование инновационной деятельности в АПК весьма широк. В частности, необходимо сформировать сбалансированный, устойчивый и развивающийся сектор исследований и разработок, который обеспечивает расширение воспроизводства знаний, конкурентоспособность в областях генной инженерии, селекции, семеноводства, производства пищевых продуктов, гарантирующих продовольственную безопасность страны. Последнее невозможно без формирования благоприятной инфраструктуры инновационного развития, сочетающей результаты научных исследований и организационно-правовой механизм их экономической результативности. Важное значение, при этом, играет государственная аграрная политика.

Ключевым инструментом государственной аграрной политики является принятие федеральных и региональных нормативно-правовых актов.

В Вологодской области с 2013 года одним из инструментов стимулирования развития агропромышленного комплекса области является государственная программа «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013 – 2020 годы» (далее – Госпрограмма) [2].

В рамках Госпрограммы предусмотрена реализация 17 подпрограмм<sup>2</sup>. Структурно их можно объединить в несколько блоков:

- развитие отраслей растениеводства и животноводства и переработки продукции этих подотраслей;
- поддержка развития малых форм хозяйствования на селе;
- устойчивое развитие сельских территорий кадровое обеспечение организаций АПК;
- управление реализацией государственной программой.

Рассмотрим более подробно направления государственной поддержки сельхозтоваропроизводителей Вологодской области.

Государственная поддержка отрасли растениеводства оказывалась в рамках четырех подпрограмм: «Развитие подотрасли растениеводства», «Экономически значимая программа «Развитие льняного комплекса», «Развитие овощеводства открытого и защищенного грунта и семенного картофелеводства» и «Развитие мелиорации земель».

---

<sup>1</sup> Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания [Электронный ресурс]: Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации № 614 от 19 августа 2016 г. – Режим доступа: <https://static-2.rosminzdrav.ru/system/attachments/attaches/000/032/267/original/>

<sup>2</sup> В 2015 году не финансировалась подпрограмма «Развитие рыбоводства». С 2016 года в состав Госпрограммы включена подпрограмма «Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в Вологодской области на 2016-2020 годы».

В 2015 году субсидии по подпрограмме «Развитие отрасли растениеводства на 2013-2020 годы» представлялись:

на оказание несвязанной поддержки;

на поддержку семеноводства, на возмещение части затрат на приобретение элитных семян;

на возмещение части затрат на приобретение техники;

на возмещение части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей на уплату страховой при, начисленной по договору сельскохозяйственного страхования в области растениеводства;

на одну тонну реализованного продовольственного зерна и на возмещение части затрат на строительство и модернизацию зерносушильных комплексов;

на возмещение части затрат на закладку и уход за многолетними плодовыми и ягодными насаждениями.

Отметим, что в 2016 году и 2017 годах все направления субсидирования сохранены, кроме того были введены новые виды господдержки:

- возмещение части прямых понесенных затрат на создание и модернизацию объектов плодохранилищ, приобретение техники и оборудования.

- субсидии на проведение мероприятий по предотвращению распространения сорного растения борщевик Сосновского.

- на возмещение части прямых понесенных затрат на создание и модернизацию картофелехранилищ (овощехранилищ), принадлежащих на праве собственности сельскохозяйственным товаропроизводителям, за исключением граждан, ведущих личное подсобное хозяйство<sup>1</sup>.

- на возмещение части прямых понесенных затрат на создание и модернизацию селекционно-семеноводческих центров в растениеводстве, принадлежащих на праве собственности сельскохозяйственным товаропроизводителям, за исключением граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, и российских организациям (сумма субсидий на 2017 год составляет – 300 тыс. руб.).

В рамках подпрограммы «Развитие овощеводства открытого и защищенного грунта и семенного картофелеводства» предоставляются субсидии на возмещение части затрат на приобретение энергоносителей (порядка 9 млн. руб.). С 2016 года за счет нового направления – оказание несвязанной поддержки сельскохозяйственным товаропроизводителям в области развития производства семенного картофеля и овощей открытого грунта государственная поддержка была увеличена. На 2017 год, для решения проблемы самообеспеченности региона овощами закрытого грунта планируется оказание государственной поддержки на возмещение части затрат на строительство, реконструкцию объектов по производству овощей защищенного грунта, картофеле- и овощехранилищ и объектов малой энергетики.

---

<sup>1</sup> Субсидии предоставляются на возмещение части понесенных затрат из федерального бюджета в размере 20% от затрат на строительные и монтажные работы и затраты на приобретение оборудования согласно проектно-сметной документации. Софинансирование затрат из областного бюджета – 5%, таким образом сумма субсидий на 2017 год составляет – 200 млн. руб.

Приоритетной отраслью региона является молочное животноводство, ввиду этого со стороны органов власти данной отрасли уделяется особое внимание.

В 2015 году участниками Экономически значимой программы «Развитие молочного скотоводства в Вологодской области на 2013-2020 годы» стали 29 сельхозтоваропроизводителей области, в 2016 году – 46 сельхозтоваропроизводителей.

Участниками программы ведется новое строительство, реконструкция и модернизация животноводческих объектов с внедрением современного доильного оборудования. В 2015 году были реализованы следующие наиболее крупные инвестиционные проекты:

- строительство животноводческого комплекса на 1195 скотомест беспривязного содержания КРС с системой добровольного доения;
- строительство животноводческого комплекса на 800 скотомест беспривязного содержания КРС включая строительство наружных сетей, дорожного сообщения, приобретение оборудования;
- строительство животноводческого комплекса беспривязного содержания скота на 760 голов коров с системой добровольного доения;
- реконструкция животноводческого помещения привязного содержания КРС включая замену стойлового оборудования, системы водопоя, системы навозоудаления, оборудования для раздачи кормов, замену кровли с обустройством световентиляционного короба, замену оконных проемов на 200 скотомест.

Реализация подпрограммы «Экономически значимая программа «Развитие мясного животноводства в Вологодской области на 2013-2020 годы» направлена на развитие мясного скотоводства. Участниками подпрограммы в 2015 году являлись 11 сельхозтоваропроизводителей области, в том числе 2 сельхозтоваропроизводителя включены в 2015 году (свиноводство – 4 сельхозтоваропроизводителя, овцеводство – 1 сельхозтоваропроизводитель, скотоводство – 6 сельхозтоваропроизводителей).

Данным сельхозтоваропроизводителям оказывалась государственная поддержка:

- на развитие мясного скотоводства (субсидии на возмещение части затрат на приобретение товарного молодняка КРС для выращивания и откорма и на приобретение сельскохозяйственной техники);
- свиноводческих организаций области (предоставлялись субсидии на возмещение части затрат на строительство, реконструкцию (модернизацию) и капитальный ремонт производственных зданий, приобретение оборудования для свиноводства);
- на возмещение части затрат на производство мяса бройлеров.

В 2016 году на реализацию данной подпрограммы из областного бюджета выделено 15 млн. руб., или 11% от объема господдержки в 2015 году.

Поддержка малых форм хозяйствования осуществляется в рамках двух подпрограмм «Поддержка начинающих фермеров в Вологодской области на

2013-2020 годы» и «Развитие семейных животноводческих ферм в Вологодской области на 2013-2020 годы».

Подпрограмма «Поддержка начинающих фермеров в Вологодской области на 2013-2020 годы» предусматривает предоставление грантов на создание и развитие крестьянских (фермерских) хозяйств на условиях софинансирования собственными средствами фермера не менее 10% расходов. Максимальный размер гранта составляет 1500 тыс. руб.

В рамках подпрограммы «Развитие семейных животноводческих ферм в Вологодской области на 2013-2020 годы» предоставляются гранты (субсидии) на развитие семейных животноводческих ферм. Максимальный размер гранта на развитие семейной животноводческой фермы составляет 10 млн. руб. и не более 60% затрат на развитие семейной животноводческой фермы. Не менее 40% указанных затрат финансируется за счет собственных средств крестьянского (фермерского) хозяйства. В качестве собственных средств крестьянские (фермерские) хозяйства могут предъявлять не более 30% несубсидированных кредитов.

Всего за 2012-2015 годы на грантовую поддержку начинающих фермеров направлены средства в размере 65,5 млн. руб., в том числе 24,8 млн. руб. за счет средств областного бюджета и 40,7 млн. руб. за счет средств федерального бюджета.

На грантовую поддержку семейных животноводческих ферм в 2015 году были направлены средства в размере 129,1 млн. руб., в том числе 63,5 млн. руб. за счет средств областного бюджета и 65,6 млн. руб. за счет средств федерального бюджета. На средства гранта планируется построить и реконструировать четыре животноводческие фермы, приобрести 425 голов молодняка КРС, 20 голов коров, семь единиц техники (тракторы, прицепы), оборудование для двух убойных пунктов.

Отметим, что предоставляемая государственная поддержка, оказываемая сельхозтоваропроизводителям области, носит целевой характер, непосредственно отражается на финансовом результате финансово-хозяйственной деятельности получателей. Так, выручка от реализации продукции, работ и услуг в сельхозорганизациях за 2015 год составила 16,6 млрд. руб. (110,5% к уровню 2014 года), прибыль до налогообложения – 1,67 млрд. руб. (89,8%), рентабельность с субсидиями – 11,3% (11,9%). На размер данной рентабельности большое влияние оказала государственная поддержка, без учета господдержки общая рентабельность деятельности сельхозорганизаций составляет 2,2% (в 2014 году – 2,5%). Уменьшение прибыли и снижение рентабельности в 2015 году, по сравнению с 2014 годом, объясняется ростом цен на основные и оборотные средства (электроэнергию – +11,8%, топливо – +27,3%, бензин и дизтопливо – +13,5%, минеральные удобрения – +39,6%, корма – +35,2%).

По итогам общей оценки эффективности региональных государственных программ, проведенной Департаментом стратегического планирования Вологодской области, государственная программа развития АПК занимает –

12 место из 21 программы<sup>1</sup>. Так значение показателя эффективности КРІ – 0,925, что отражает среднюю интерпретацию эффективности государственной программы (низкий – до 0,599; средний – до 0,999; высокий – от 1,0-1,2).

В связи с этим можно говорить о достаточно высокой значимости государственной поддержки для аграрного сектора, необходимости ее пролонгации и обязательного учета при разработке и реализации стратегии инновационного развития отрасли.

#### **Список использованных источников**

1. Анищенко, А.Н. Функционирование сельского хозяйства Вологодской области: результаты анкетного опроса [Электронный ресурс] / А.Н. Анищенко // Вопросы территориального развития. – 2016. – №5. – Режим доступа: <http://vtr.vscs.ac.ru/article/2042>
2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации №717 от 14.07.2012 г. – Режим доступа: <http://mcsx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm>
3. Государственная программа Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013–2020 годы [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Вологодской области №1222 от 22.10.2012 г. – Режим доступа: <http://www.vologda-agro.ru/gprograms>
4. Миронова, Н.Н. Активизация инновационных процессов в молочном скотоводстве / Н.Н. Миронова, А.Н. Анищенко // Стратегия развития АПК и сельских территорий: перспективные идеи и конкурентоспособные технологии: мат. Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию ФГБНУ ВНИОПТУСХ. – М.: ООО «Принт ПРО», 2015. – 398-401.
5. Национальный доклад о ходе и результатах реализации в 2015 году Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mcsx.ru/upload/iblock/c2d/c2d725ae1927ac32e048b87e9c026ccf.pdf>
6. Стратегия развития агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на период до 2020 года [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Вологодской области №591 от 30.05.2011 г. – Режим доступа: <http://vologda-oblast.ru/pda/dokumenty/13271/>

---

<sup>1</sup> Ведомственные данные Департамента сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Вологодской области.

## РЕГУЛИРОВАНИЕ БАНКОМ РОССИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

**Аннотация.** Определена сущность деятельности коммерческих банков; правовое и экономическое регулирование деятельности банков; лицензирование и отзыв лицензий; оценка структуры коммерческих банков и проблемы и пути совершенствования банковского регулирования.

**Ключевые слова:** лицензирование деятельности, экономическое регулирование, надзор, оценка структуры, совершенствование банковского регулирования.

Основной целью банковского регулирования и надзора в России является поддержание стабильности банковской системы, защита интересов вкладчиков и кредиторов. Конкретные задачи, которые ставятся перед надзорными органами в каждый данный период времени, непосредственно определяются этой главной целью осуществления надзора за кредитными организациями и современным состоянием банковской сферы. Основной акцент в деятельности надзорных органов перенесен на обеспечение надлежащего качества работы функционирующих кредитных организаций, их ликвидности и платежеспособности.

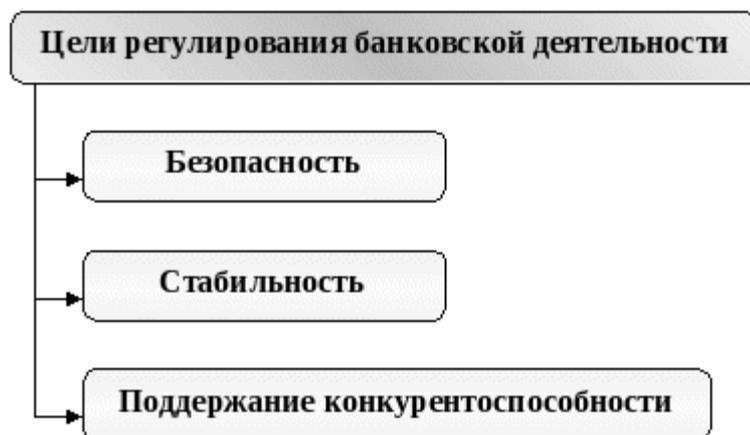


Рисунок 1. Цели правового регулирования банковской деятельности <sup>[5]</sup>

Правовое регулирование банковской деятельности осуществляется Конституцией Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, нормативными актами Банка России.

В ФЗ от 27.06. 2002 г. «О Центральном банке РФ (Банке России) в главе I «Общие положения», ст. 4, пунктах 8 и 9 говорится что, Банк России выполняет следующие функции относительно кредитных организаций:

<sup>1</sup> Алимжанов Эмиль Ильдарович – студент третьего курса, направление «Экономика» АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

- принимает решение о государственной регистрации кредитных организаций, выдаёт кредитным организациям лицензии на осуществление банковских операций, приостанавливает их действие и отзывает их;

- осуществляет надзор за деятельностью кредитных организаций и банковских групп.<sup>[1]</sup>

В главе X. «Банковское регулирование и банковский надзор» в статье 56 сказано, что: «Банк России является органом банковского регулирования и надзора за деятельностью кредитных организаций. Банк России осуществляет постоянный надзор за соблюдением кредитными организациями банковского законодательства, нормативных актов Банка России»

В статье 73 выше названного Закона говорится, что: «Для осуществления своих функций банковского надзора и регулирования Банк России проводит проверки кредитных организаций и их филиалов, направляет им обязательные для исполнения предписания об устранении выявленных в их деятельности нарушений и применяет предусмотренные настоящим Федеральным законом санкции по отношению к нарушителям.

Проверки могут осуществляться уполномоченными Советом директоров представителями Банка России и по его поручению -аудиторскими фирмами».

В ст. 74 выше названного Закона указаны меры Банка России, применяемые им в порядке надзора в случаях нарушения кредитной организацией федеральных законов и нормативных актов Банка России.

В случае невыполнения в установленный Банком России срок предписаний об устранении нарушений, а также в случае, если эти нарушения или совершаемые кредитной организацией операции создали реальную угрозу интересам кредиторов (вкладчиков), Банк России вправе:

1. Взыскать с кредитной организации штраф до 1 процента от размера оплаченного уставного капитала, но не более 1 процента от минимального размера уставного капитала.

2. Потребовать от кредитной организации:

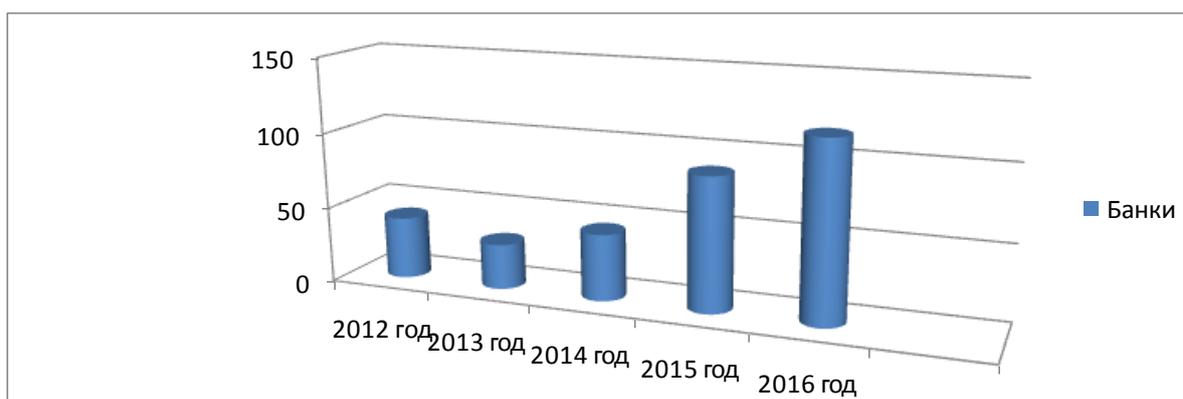
- осуществления мероприятий по финансовому оздоровлению кредитной организации, в том числе изменения структуры её активов;
- замены руководителей кредитной организации;
- реорганизации кредитной организации.

3. Изменить для кредитной организации обязательные нормативы на срок до шести месяцев.

4. Ввести запрет на осуществление кредитной организацией отдельных банковских операций, предусмотренных выданной лицензией, на срок до одного года, а также на открытие филиалов на срок до одного года.

5. Назначить временную администрацию по управлению кредитной организацией на срок до 6 месяцев.

6. Банк России вправе отозвать лицензию на осуществление банковских операций.



*Рисунок 2.* Количество банков, прекративших свою деятельность в РФ в 2012-2016 гг. <sup>[5]</sup>

В большинстве случаев, основанием для закрытия банков в период с 2012 по 2016 гг. послужил отзыв лицензии Центральным банком РФ, причиной отзывает является неисполнением федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, а также нормативных актов Банка России:

1. Недостовверная отчетность, скрывающая фактическую потерю собственных средств (капитала).
2. Высокорискованная кредитная политика.
3. Проведение сомнительных безналичных операций и некоторые другие.

*Таблица 1.*

Динамика количества коммерческих банков в России по состоянию на 01.01. каждого года <sup>[5]</sup>

Годы	Число банков
2010	1058
2011	1012
2012	978
2013	956
2014	923
2015	834
2016	733
2017	623

Лицензирование (первый этап надзора за деятельностью) имеет целью ограничить совершение банковских операций только теми юридическими лицами, которые имеют разрешение на их проведение от уполномоченного органа.

Для получения лицензии подавшее заявку кредитное учреждение должно соблюдать ряд требований, прежде всего относительно:

- минимального размера уставного капитала;
- источников первоначально инвестируемого капитала;
- состава основных акционеров;

- квалификации и моральной характеристики руководства;
- круга предполагаемых операций и стратегии деятельности;
- правильности оценки банковских активов по их рыночной стоимости;
- комплекса мер по созданию резервов на случай возникновения сомнительной задолженности.

Помимо этого, при решении вопроса о выдаче лицензии надзорные органы могут учитывать, например, условия по формированию сети филиалов нового банка, возможное влияние создаваемого учреждения на уровень конкуренции в кредитно-финансовом секторе, национальную принадлежность капитала или учредителя в тех случаях, когда в стране действует особый порядок рассмотрения заявок от иностранных лиц.

Аннулирование лицензии возможно при следующих обстоятельствах:

- неспособность создаваемого банка начать по истечении определенного срока осуществление операций;
- невыполнение банком условий лицензии или осуществление операций, не предусмотренных в лицензии;
- нарушение законов или нормативных актов;
- нанесение ущерба интересам кредиторов и вкладчиков при проведении операций.

Банковский надзор - это надзор в банковской сфере. Организация банковского надзора основывается на национальной законодательной базе и рекомендациях международных банковских комитетов. Система банковского надзора обычно включает:

- типы банковских учреждений, подлежащих надзору;
- процедуру выдачи лицензий на совершение банковских операций;
- стандарты бухгалтерского учета, банковской и статистической отчетности;
- порядок аннулирования лицензий на банковскую деятельность или ограничения банковских операций;
- обязательность аудиторских проверок;
- порядок назначения временной администрации по управлению банком;
- объявление банков неплатежеспособными.

Можно выделить следующие виды контроля за деятельностью коммерческих банков: государственный, ведомственный и независимый.

Государственный контроль над деятельностью коммерческих банков выражается действующей системой банковского законодательства.

Ведомственный контроль включает надзор за деятельностью коммерческих банков со стороны Центрального банка страны. Задачи, цели и границы ведомственного контроля определены соответствующими законодательными актами.

Независимый контроль - это контроль, осуществляемый независимыми вневедомственными организациями, т.е. аудиторскими фирмами.

Как говорилось выше, первым этапом надзорной деятельности является лицензирование банков.

Второй этап надзорной деятельности - дистанционный (документарный) надзор, или проверка отчетности, предоставляемой банками. Постоянный контроль за деятельностью, осуществляемый органами надзора, позволяет заранее выявить проблемы, которые могут вызвать риск неплатежеспособности банков, их банкротство.<sup>[3]</sup>

Для оценки финансового положения банка обычно используют периодическую отчетную документацию и ежегодные финансовые отчеты, включающие годовой баланс, счет прибылей и убытков, пояснительную записку. Как правило, ежемесячно или ежеквартально должны составляться отчеты о соблюдении ими экономических нормативов и предоставлять их в течение месяца, следующего за отчетным. Несоблюдение срока предоставления отчета свидетельствует о наличии у банка проблем. Примерно 1 раз в год внешний аудитор должен проверять ежемесячные и ежеквартальные финансовые отчеты, по которым он делает заключения.

Банк России регулирует экономику не прямо, а через денежно-кредитную политику. Воздействуя на кредитные институты, он создаёт определённые условия для их функционирования, от этих условий зависит направление деятельности коммерческих банков. Инструментами регулирования являются:

1. Дисконтная и залоговая политика. Если цель Банка России – удорожание рефинансирования кредитных институтов для уменьшения их кредитного потенциала, он должен поднять учётную ставку. В случае действительного повышения учётной ставки, рефинансирование для коммерческих банков удорожается, что в итоге ведёт к росту стоимости кредитов в стране. Эта политика является способом воздействия на ликвидность кредитных институтов;

2. Депозитная политика, при увеличении резервов возрастает кредитный потенциал коммерческих банков, что при уравновешенном рынке ведёт к снижению процентных ставок и росту инфляции. При проведении контрактной депозитной политики достигается обратный результат – уменьшение банковских резервов, сокращение кредитного потенциала, рост процентных ставок, снижение темпов инфляции.

Воздействие Центрального банка РФ на деятельность коммерческих банков осуществляется по следующим основным направлениям:

1. Создание общих законодательных, исполнительных, судебных условий, позволяющих коммерческим банкам реализовать свои экономические интересы.

2. Проведение мер денежно-кредитного регулирования, оказывающих влияние на объём и структуру денежной массы в обращении через изменение размеров ресурсов коммерческих банков, которые могут быть использованы для кредитных вложений в экономику.

3. Установление экономических нормативов и надзор за их соблюдением с целью обеспечения ликвидности банковских балансов.

Анализ задач надзорной деятельности в банковской сфере приводит к формулированию следующих требований, выполнение которых видится необходимым для стабилизации кредитной системы.

Во-первых, поскольку приоритетной целью надзора является поддержание кредитной системы, его главной задачей должны быть не поиск и наказание "провинившихся" банков, а создание условий для более эффективного функционирования банковской системы.

Во-вторых, это необходимость активизации надзора, которая включает в себя ряд аспектов. Важнейшим условием и одновременно составным элементом его реализации является повышение открытости ситуации в банковской сфере в целом и в конкретных банках, как для Центрального банка, так и для кредиторов и клиентов банков. Повышение открытости базируется на совершенствовании системы учета и отчетности в коммерческих банках.

В-третьих, надзор должен быть ориентирован на два уровня анализа и состояния банковской системы в целом. При этом открытость является важным фактором совершенствования диагностической компоненты банковского надзора. Другим ее фактором выступает совершенствование методики оценки состояния дел в банках.

В-четвертых, требование реструктуризации балансов банков. Данное требование непосредственно относится к оптимизации балансов и организационно-технологической схемы деятельности банков.

Под реструктуризацией балансов понимается снижение доли низколиквидных и неликвидных активов, создание достаточных резервов на списание плохих кредитов. При этом необходимо предусмотреть возможность банков самостоятельно списывать такие ссуды за счет резервов при контроле со стороны налоговых служб и аудиторских фирм.

В заключении можно сказать что, современное состояние банковской системы России требует принятия комплексных мер по ее укреплению, поддержанию финансовой устойчивости банков. Основным направлением дальнейшего совершенствования банковской системы России является направление обязательного совершенствования системы банковского финансового контроля (надзора).

Наращение проблем в банковском секторе определяется, главным образом, низким уровнем управления банками в сочетании с неблагоприятными тенденциями общеэкономического развития. Проблема поддержания устойчивости банковского сектора в рамках осуществления Банком России своей надзорной функции обуславливает решение комплекса задач, направленных на обеспечение информационной достоверности и прозрачности, развитие саморегулирования банковского сектора, введения эффективных методик, соответствие функционирования банковской системы общепринятым мировым требованиям и повышению скорости обнаружения и устранения возникающих проблем.

По оценке структуры банковской системы можно сказать, что не большая часть банков является финансово устойчивыми.

Причинами финансовых трудностей конкретных банков становятся:

1. Неквалифицированное управление.
2. Отсутствие стратегического планирования.
3. Неумение грамотно сформировать кредитный портфель

4. Прямые и опосредованные формы давления на банки;
5. Мошенничество со стороны их владельцев и менеджеров;

У Банка России есть уникальные возможности осуществлять банковский надзор не только административными, но и экономическими мерами, создавая условия для повышения эффективности работы подконтрольных кредитных организаций. Реализация такой политики предполагает конструктивный, созидательный характер надзорной деятельности. Под конструктивностью имеется в виду использование в практике регулирования таких инструментов, которые в рамках полномочий и ответственности Банка России способствовали бы формированию работоспособной прогрессивной банковской системы. Вместе с тем эффективность надзора при таком подходе зависит не только от Банка России, но и от общей экономической политики, а также от ее конкретных результатов.

#### **Список использованных источников**

1. ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)». -3-е изд.- М.: «Ось - 89», 2005.
2. Бобошко Н.М., Проява С.М. Финансово-кредитная система. Москва. ЮНИТИ-ДАНА, 2014 г.
3. Василишэн Э.Н., Маршавина Л.Я. Механизм регулирования деятельности коммерческих банков в России на макро- и микроуровнях. - М.: ОАО «Издательства Экономика», ред. 2013 г.
4. Пасько А.В., Корень А.В. Проблемы банковского надзора в Российской Федерации // Современные научные исследования и инновации. - 2014. - № 5. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/05/33790>
5. Официальный сайт Центрального банка РФ. URL: <http://www.cbr.ru>.

*Бабина Л.А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

### **ОРГАНИЗАЦИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО ТД «РЕНЕССАНС»)**

**Аннотация.** Рассмотрена сущность рекламы в работе организации, содержание ее основных элементов. Исследовано содержание работы рекламного отдела в компании ООО ТД «Ренессанс», определены основные каналы передачи рекламной информации.

**Ключевые слова:** реклама, рекламный отдел, рекламная политика, рекламные акции, каналы передачи информации.

---

<sup>1</sup> *Бабина Лада Александровна* - студентка четвертого курса, направление «Менеджмент» АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

В период возникновения рекламы и ее первоначального развития, мало кто мог предположить, какое значительное место она займет в современном обществе. В настоящее время без рекламы уже трудно представить нашу жизнь. Она повсюду. И берет на себя не только ту функцию, которая была возложена на нее изначально - привлечение к товарам и услугам потребителей, но и многие другие.

При правильном выборе средств рекламы и удобном их расположении можно привлечь большое число покупателей, увеличить объем продаж и как следствие - повысить прибыль предприятия.

С переходом к рыночной экономике реклама стала двигателем торговли. Высокая потребность в рекламе как инструменте торговли ведёт к динамичному развитию рекламной деятельности. Лишь немногие предприятия могут сегодня успешно вести дела без рекламы в том или ином виде. Поэтому на сегодняшний день изучение рекламы играет большую роль в процессе организации рекламной деятельности фирмы.

Реклама - это целенаправленное воздействие на сознание покупателя, реализуемое по средствам публичного представления товаров, услуг (их свойств, характеристик, образов, эмоций, вызываемых их использованием, и т.п.) через различные средства распространения информации [6]/

Существует мнение, что в большинстве своем продается не то, что чаще рекламируется, а то, что дешевле. В количественном выражении фактор дешевизны доминирует на рынке, но задача специалистов по рекламе и заключается как раз в том, чтобы находить решения, которые четко соответствуют ценовой нише продукта и его качественному позиционированию. Если же говорить о потребительских предпочтениях, то в принципе довольно красноречивую картинку дают цифры.

Реклама в целом способствует производству большего количества товаров улучшенного качества по более доступным ценам. При правильной организации реклама очень эффективна и способствует быстрой бесперебойной реализации производимой продукции. Но для того, чтобы реклама работала, нужно разработать стратегию рекламной кампании. Большая часть российских владельцев и управляющих предприятий склонны использовать единичные рекламные акции. Нередко они прибегают к ним в крайних случаях как к «скорой помощи» и ждут немедленных положительных результатов[2].

Без четко поставленной цели нельзя успешно проводить рекламную деятельность и точно определять ее результат. Руководство предприятия должно обеспечить тщательное планирование взаимосвязанных элементов комплекса рекламной деятельности для получения максимального эффекта. Правильно спланированная, хорошо организованная реклама в состоянии оказать существенное влияние на эффективность функционирования предприятия[7].

В спонсорских программах, как правило, развлекательного или познавательного характера отсутствует прямая реклама производителя, но его название регулярно произносится в ходе эфира. Так, в Италии «Nokia» спонсирует одно из реалити-шоу, в Великобритании «Heinz» кулинарное шоу «Dinner Doctors», в США «Coca-Cola» развлекательную молодежную передачу «American Idol», в

Великобритании и России выходит музыкальное шоу «Pepsi Chart». Хотя объем затрат на такие передачи относительно невелик, темпы роста этого сегмента рынка высоки [4].

В условиях рынка большинство фирм (предприятий) и организаций решает вопрос: создавать свою рекламную службу или воспользоваться услугами рекламных агентств. Организация собственной рекламной службы зависит от предполагаемых объемов работ, направлений и сумм, выделенных на рекламные цели.

При этом следует отметить, что даже при наличии рекламной службы на фирме невозможно обойтись без услуг рекламных агентств. Это обусловлено тем, что работы, связанные с рекламой, часто требуют специального опыта или видов оборудования, например, изготовление радио-и, телероликов, вывесок и др.

Опыт показывает, что рекламные агентства позволяют рекламодателям экономить время и средства. Однако надо помнить, что не все агентства в полной мере отвечают за эффективность предлагаемых ими видов и средств рекламы. В этой связи каждая фирма, каждое предприятие или организация обязаны иметь специальное структурное подразделение, занимающееся рекламой.

Рассмотрим данную тему на примере организации ООО ТД «Ренессанс», занимающейся основным видом деятельности – оптовой торговлей напитками (в том числе алкогольными). Предприятие включает полный цикл от производства продукции до доставки клиентам и потребителям. Продукция ООО ТД «Ренессанс» реализуется через крупнейшие торговые сети России: «АШАН», «Пятерочка», «Перекресток», «Гиперглобус», «Бристоль», «Дикси», «Магнит», «Красное & Белое» и др.

В условиях рынка большинство компаний и организаций решает вопрос: создавать свою рекламную службу или воспользоваться услугами рекламных агентств. Организация собственной рекламной службы зависит от предполагаемых объемов работ, направлений и сумм, выделенных на рекламные цели.

Создание и функционирование собственного рекламного отдела в компании ООО ТД «Ренессанс» является не только оправданным, но и просто необходимым. Своевременность определяет успех рекламы, поэтому она должна создаваться в короткие сроки. Необходимость быстро изменять текст рекламы в соответствии с ежедневной сменой обстановки является одной из главных причин того, что многие фирмы набирают собственный персонал, занимающийся рекламой.

Знание товара фирмы имеет такое же важное значение, как и тесный контакт с покупателями. Собственные рекламные мероприятия, подготовленные работниками рекламного отдела, хорошо знающими фирму, ее товар и клиентов, и проведенные на должном профессиональном уровне, делают рекламу наиболее эффективной.

Составление рекламных текстов, подготовка иллюстраций, производство рекламы, проведение выставок, презентаций продуктов и проведения исследований – всем этим может заниматься отдел рекламы компании. При этом следует отметить, что даже при наличии рекламного отдела, невозможно обойтись

без услуг рекламных агентств. Это обусловлено тем, что работы, связанные с рекламой, часто требуют специального опыта или видов оборудования, например, вывести на рынок новую торговую марку, изготовление радио-и, телероликов, вывесок и др.

Главной проблемой реализации алкогольных напитков в компаниях, в том числе и ООО ТД «Ренессанс» то что, Федеральный закон запретил открытую рекламу алкогольной продукции с 13.03.2006г.[3].

Несмотря на то что, алкогольная продукция сопряжена с реальным риском для здоровья, рынок алкогольных напитков существует, и их производство и реализация легализованы государством. Задача компании производителя заключается в том, что бы предоставлять высокока-чественный алкоголь совершеннолетним потребителям, осведомленных о рисках.

Актуальность данной темы определяется тем, что на сегодняшний день крепкий алкоголь и водка являются товарами, которые так же нуждаются в продвижении, как и остальные.

ООО ТД «Ренессанс» производит продукцию, начиная с сидра, и заканчивая игристыми винами и вермутами.

Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее 10% рекламной площади. Рекламировать и продвигать алкогольную продукцию можно следующими способами:

1. Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов алкогольной продукции, допускается только в организациях, осуществляющих розничную продажу алкогольной продукции, с соблюдением требований, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе. При этом к участию в раздаче образцов алкогольной продукции запрещается привлекать несовершеннолетних, а также запрещается предлагать им такие образцы.
2. Интеграция с популярными блогерами. Компания алкогольной продукции может устраивать презентацию нового товара, дегустации и приглашать блогеров на бесплатные экскурсии по заводу алкогольной компании. И в свою очередь блогер, после данного мероприятия, напишет пост в социальной сети с упоминанием продукта.
3. Наличие официального сайта компании, где размещена информация об ассортименте товара, условиях их приобретения, ценах и скидках, а также информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях.
4. Еще один способ использовать печатные издания — провести вечеринку с фотоотчетом о ней. Никто ведь не запрещает делать репортажи с интересных событий?! Главное, чтобы на фотографии попали нужные названия и логотипы. Но не на первых ролях, а где-то сбоку, чтобы ФАС не признало такие фотографии прямой рекламой.
5. Прямой контакт с аудиторией в каналах HoReCa (hotel, restaurant, cafe) — один из самых эффективных способов рекламировать алкоголь. Сюда можно включить и бонусы распространителям за проданный товар опре-

деленной марки, за его рекомендацию посетителям, брендинг вечеринок, создание собственных точек контакта.

6. Участие на выставках пищевой продукции. Дегустация алкоголя разрешается непосредственно только на стендах.
7. Рекламирывать российское вино в журналах и газетах, кроме обложек, а также первых и последних страниц.
8. С начала 2015 года Президентом Владимиром Путиным был подписан указ о разрешении рекламирования вина, игристого вина (шампанского), произведенного в России в ночные часы с 23 до 7 утра. Реклама разрешена на телевидении и радио, кроме передач, ведущихся в прямом эфире или посвященных детским и юношеским спортивным состязаниям.

Принимая во внимание вышеперечисленные факторы, производителям алкоголя и агентствам, которые непосредственно осуществляют деятельность по продвижению необходимо искать новые альтернативные пути выходы алкогольных брендов на рынок и поддержания эффективной и долгосрочной коммуникации с потребителем. Тем не менее, наиболее сложной задачей является поиск таких способов продвижения, которые дадут возможность достигать такого же значительного охвата, как, например, с помощью ТВ рекламы, и повышать уровень лояльности целевой аудитории, не нарушая закон.

Развитие сети Интернет хоть и является гораздо более широкой тенденцией, которая оказывает влияние на все общество, но также от нее зависит и маркетинговые возможности компаний. Поэтому с появлением новых инструментов общения и каналов передачи информации, будет также совершенствоваться и продвижение алкогольной продукции.

Подводя итог, необходимо отметить, что в сфере продвижения алкогольной продукции постоянно появляется большое количество разных тенденций, которые являются неизученными, ввиду своей новизны.

### **Список использованных источников**

1. Балабанов А. Медиаисследования: немного подробнее// Индустрия рекламы. -2006.- №4.
2. Гермогенова Л. Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации.- М: Рус Партнер ЛТД, 2004.
3. Золоторева Л.Г. Основные тенденции развития рекламы в современном обществе. Статья: Научный вестник МГТУ ГА, 2011.
4. Касьяненко Р. Маркетинговые коммуникации и бренды: вперед в большую Европу! // Маркетинг и реклама. -- 1999. -- № 10.
5. Климов В.С. Организация рекламной деятельности.- М.: Гелла-Принт, 1999.
6. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность.- М.: Дело, 2001.
7. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров: Маркетинговые коммуникации. Рекламные воздействия. Стимулирование сбыта: Учебное пособие. - 2-е изд.- СПб.: Издательство «Питер», 2002.
8. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров.- СПб.: Питер, 2005.

## **НАРОДНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ – СПОСОБ РАЗРЕШЕНИЯ ПРОТИВОРЕЧИЯ МЕЖДУ ТРУДОМ И КАПИТАЛОМ?**

В 90-е годы прошлого столетия в процессе ваучерной приватизации как госсектора, так и предприятий, действовавших на условиях аренды, акционерами (участниками) создававшихся АООТ и АОЗТ становились преимущественно их работники. То есть, по окончании массовой приватизации 1992-1995 гг., например, порядка 25 тысяч предприятий промышленности имели возможность стать по сути народными.<sup>2</sup> Однако, спустя короткий период большинство работников свои акции (доли) продали, так как на них практически не начислялись дивиденды, а за пакет акций предлагались неплохие деньги. То есть, в то время у рядовых граждан отсутствовало чувство собственника и не было понимания реальных преимуществ данного статуса. Поэтому, за короткий период владение предприятиями сконцентрировалось в руках лиц, обладавших административным ресурсом и/или значительными денежными средствами. Как известно, происходило это с многочисленными злоупотреблениями в ходе процесса разгосударствления экономики.

Между тем, значительное число предприятий оставалось в собственности работников, но, в силу тех или иных причин, они не смогли продолжать свою деятельность и либо обанкротились с последующей продажей имущества на торгах, либо были добровольно проданы вне процедур банкротства.

Что это за причины?

1. Недалековидный курс правительства т.н. «младореформаторов» на прекращение поддержки производства продукции, часто уступавшей по потребительским свойствам зарубежным аналогам, и ее замещение импортной, приобретаемой на средства от экспорта энергоносителей и минерально-сырьевых ресурсов.

2. Ошибочный расчет инициаторов рыночных реформ на появление эффективного собственника в лице немногочисленных владельцев крупного капитала.

3. Напрасное упование на массивированный приход в экономику иностранного капитала с сопутствующими новой техникой, технологиями, методами организации и управления производством.

4. Утрата за годы Советской власти чувства собственника у большинства населения страны, непонимание (и отсутствие в то время практических доказательств) преимуществ владения какой-либо еще собственностью, помимо т.н. «личной».

---

<sup>1</sup> *Бобрышев Артур Дмитриевич*-доктор экономических наук, профессор, руководитель Высших экономических курсов ОПК «ФГУП» ЦНИИ «Центр».

<sup>2</sup> Строго говоря к числу народных предприятий можно относить те из них, которые соответствуют требованиям Федерального закона РФ «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» [1]. Для целей настоящего исследования этот термин применяется в отношении предприятий с собственностью работников и кооперативов.

5. Неграмотность широких масс населения в экономических вопросах.
6. Отсутствие институтов рынка, позволяющих прозрачно конвертировать права владения собственностью в материальные выгоды.
7. Крайне низкий уровень благосостояния основной части населения.
8. Правовой беспредел в хозяйственной сфере, развитые коррупция и бандитизм; слабость судебной защиты прав собственности и личности; пренебрежение интересами человека.

Как результат, сегодня, согласно данным прямого счета, в России насчитывается всего 40 народных предприятий [2, с. 191-192]. В книге «Коллективные формы хозяйствования в современной экономике» приводятся примеры заметного участия народных предприятий в экономике зарубежных стран<sup>1</sup> и ставится вопрос о целесообразности распространения этого опыта на российскую практику. Представляется, что подобное решение не просто целесообразно, но является средством разрешения ключевого противоречия производственных отношений капитализма, а именно, противоречия между трудом и капиталом. Или в классической терминологии – между общественным характером производства и частнокапиталистической формой присвоения его результатов [3, с. 228 – 230].

Учитывая, что наша страна только осваивает рыночные отношения, повторяя, к сожалению, все негативные шаги, пройденные другими государствами в период первоначального накопления капитала, данное противоречие весьма отрицательно сказывается на мотивации труда – главного фактора общественного производства. Людям, воспитанным на идеалах социализма, таких, как коллективизм, товарищество, наличие высоких гуманистических целей, взаимопомощь и уважение человеческого достоинства, сложно перестроиться и начать прикладывать усилия для персонального обогащения новых частных владельцев производственных активов. И если за рубежом десятилетиями выработывались и сложились достаточно успешные механизмы компенсации антагонизма хозяина и работников путем использования широкого спектра инструментов социальной защиты последних, то в России это противостояние достигло гипертрофированных размеров – таблица 1.

*Таблица 1*

**Распределение общего объема денежных доходов по 20-процентным группам населения [5, с. 109]**

Наименование показателя	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Денежные доходы – всего, процентов	100	100	100	100	100	100
в том числе по 20-процентным группам населения:						
первая (с наименьшими доходами)	5,2	5,2	5,2	5,2	5,2	5,2
вторая	9,8	9,8	9,9	9,8	9,8	9,9
третья	14,8	14,8	14,9	14,9	14,9	14,9

<sup>1</sup> Например, оборот 300 крупнейших кооперативов (предприятий с собственностью работников) 25 стран мира в 2014 г. превысил \$2,5 трлн [4, с. 7]

Наименование показателя	2009	2010	2011	2012	2013	2014
четвертая	22,5	22,5	22,6	22,5	22,5	2,6
пятая (с наибольшими доходами)	47,7	47,7	47,4	47,6	47,6	47,4
из нее 10% населения с наивысшими доходами	30,9	30,9	30,7	30,8	30,8	30,6
Коэффициент Джини <sup>1</sup>	0,421	0,421	0,417	0,420	0,419	0,416
Коэффициент фондов, <sup>2</sup> в разгах	16,6	16,6	16,2	16,4	16,3	16,0
Децильный коэффициент, <sup>3</sup> в разгах	7,4	7,4	7,3	7,4	7,4	7,3

Комментируя данные таблицы, следует заметить, что согласно мировой практике, предельно допустимый коэффициент фондов составляет 10 единиц. Значительное превышение этого коэффициента свидетельствует о явном или скрытом социальном неблагополучии, недовольстве части населения большим неравенством в распределении благ (для справки: в 2009 г. значение данного коэффициента в Японии составляло 4,5; в Германии – 6,9; в Италии – 11,6 [6, с. 195]).

В этих условиях изменение модели собственности не ее кооперативный вариант несомненно было бы способно сгладить уровень конфликтности взаимоотношений в экономике. Это, в частности, подтверждается и мировым опытом, который показывает, что предприятия с собственностью работников оказываются наиболее востребованными в периоды, когда национальное хозяйство страны переживает кризис [2, с. 66]. Однако, нужно также указать на границы и сферы применимости вариантов подобного выстраивания отношений собственности. Согласно международному Исследованию кооперативной экономики [4, с. 7], наибольшее распространение данная форма хозяйствования получила в секторах, имевших для этого исторические предпосылки, в частности, состоявшие в изначальной коллективистской парадигме развития той или иной области человеческой деятельности – рисунок 1.

Еще один аспект исследуемого вопроса. Как показывает опыт общения с представителями поколения, выросшего в период становления рыночных отношений в нашей стране (или, как их еще называют, – представителями «поколения Y»), они не испытывают названных выше проблем, связанных с индивидуализацией собственника производственных активов, а воспринимают сложившуюся конструкцию как данность. Этому способствует и, пусть небольшой, но показательный опыт создания собственного бизнеса инициативной частью работоспособного населения. Результаты исследования «Глобальный монито-

<sup>1</sup> Коэффициент Джини характеризует степень отклонения линии фактического распределения общего объема доходов/заработной платы от линии их равномерного распределения. Величина коэффициента может варьироваться от 0 до 1, при этом, чем выше значение показателя, тем более неравномерно распределены доходы/заработная плата [5, с. 106].

<sup>2</sup> Коэффициент фондов характеризует степень социального расслоения и определяется как соотношение между средними уровнями денежных доходов/заработной платы 10% населения (работников) с самыми высокими доходами/заработной платой и 10% населения (работников) с самыми низкими доходами/заработной платой [5, с. 106].

<sup>3</sup> Децильный коэффициент характеризует степень социального расслоения и показывает во сколько раз минимальные доходы 10% наиболее обеспеченного населения превышают максимальные доходы/заработную плату 10% наименее обеспеченного населения [5, с. 106].

ринг предпринимательства», проведенного Высшей школой менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета совместно с компанией «ЕУ» и Центром предпринимательства, свидетельствуют о том, что «начальный этап становления бизнеса является наиболее сложным, и не только для российских компаний. Число фирм, сумевших просуществовать на рынке более 3,5 лет в России составляет 3,4%. В Норвегии этот показатель равен 6,15%, в Финляндии – 6,65%, Испании – 8,39%, а в Греции – 12,6%» [7].

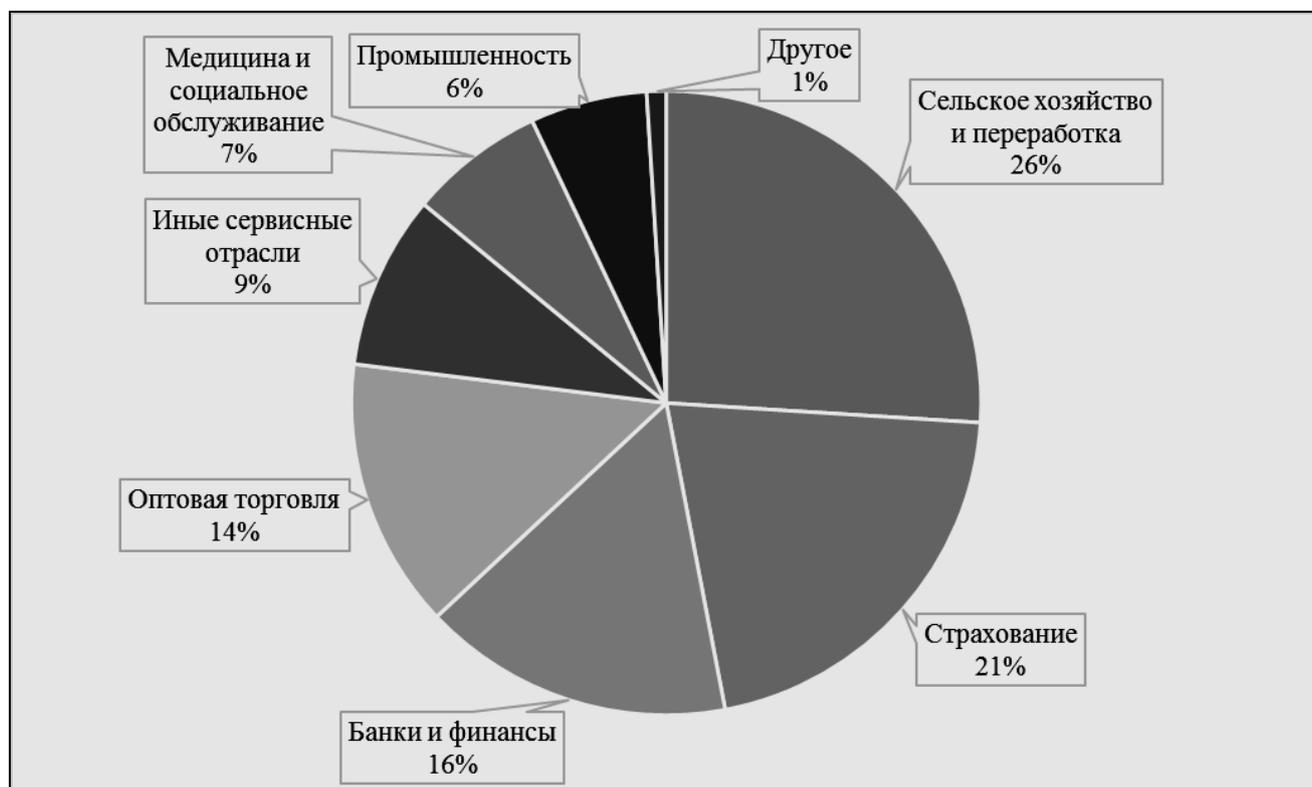


Рисунок 1. Распределение предприятий с собственностью работников по сферам деятельности в 2016 г.<sup>1</sup>

То есть, попытавшись стать хозяином своего дела и потерпев при этом неудачу, большинство предпринимателей прекращает попытки самостоятельного ведения бизнеса и переходит в разряд наемных работников, осознавая, что для коммерческого успеха недостаточно одной увлекательной идеи и наличия сподвижников. Для того, чтобы успешно владеть и управлять собственным делом необходимы дополнительные условия, включающие специальные знания, квалификацию и существенный стартовый капитал. При этом способами, которыми этот капитал сформирован, они не особо интересуются, априори считая их нелегитимными.

Резюмируя, приходится признать, что массированное преобразование хозяйствующих структур в предприятия с собственностью работников остается для нас красивой, но пока несбыточной мечтой. Как можно полагать, в перспективе данная организационно-правовая форма станет прообразом будущего хозяйственного устройства формируемого нового постиндустриального обще-

<sup>1</sup> Исследование охватывало 2370 кооперативных предприятий 63 стран.

ства в нашей стране, однако для этого необходимо приложить существенные усилия в решении проблем, перечисленных в начале настоящей статьи, а также поставить барьер удушающему влиянию западных «доброжелателей» и консультантов на российский истэблишмент.

### Список использованных источников

1. Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий). – Федеральный закон РФ от 19 июля 1998 г. № 115-ФЗ.
2. Коллективные формы хозяйствования в современной экономике: монография / В.Е. Дементьев, Р.М. Качалов, Г.Б. Клейнер и др.; под ред. Г.Б. Клейнера; Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Центральный экономико-математический институт Российской академии наук (ЦЭМИ РАН). – М.: ИД «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2017. – 356 с.
3. Энгельс Ф. Развитие социализма от утопии к науке, Соч., 2-е изд., т. 19. – М.: Политиздат, 1961. – 703 с.
4. Exploring the co-operative economy. Report 2016. [Electronic resource]. URL: [http://old.ica.coop/sites/default/files/WCM\\_2016.pdf?\\_ga=2.33180536.77090099.1509346586-1338634536.1509346586](http://old.ica.coop/sites/default/files/WCM_2016.pdf?_ga=2.33180536.77090099.1509346586-1338634536.1509346586) (accessed 30 October 2017).
5. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2015. Стат. сб. – М.: Росстат, 2015. – 311 с.
6. Human Development Report, 2009. United Nations Development Programme (UNDP). 229 p. [Electronic resource]. URL: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/269/hdr\\_2009\\_en\\_complete.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/269/hdr_2009_en_complete.pdf) (accessed 30 October 2017).
7. Только три процента малых предприятий выживает в условиях российской действительности. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.taxru.com/blog/2014-01-22-15780> (дата обращения 30.10.2017).

*Бутенко О.В.<sup>1</sup>*

*ООО «Коломенская Консалтинговая Компания»*

## КОЛЛЕКТИВНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ИДЕЯ ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

**Аннотация.** В статье коллективные предприятия рассматриваются в качестве одного из приоритетных факторов развития современной экономики России. Принцип «демократии участия», являющийся основой народных предприятий, способствует укреплению коллективных ценностей социума, а трудовые отношения, выстроенные по коллективному принципу, развиваются эффективнее, чем индивидуальный труд наёмного работника.

---

<sup>1</sup> Бутенко Оксана Владимировна - кандидат экономических наук, финансовый директор ООО «Коломенская Консалтинговая Компания».

**Ключевые слова:** народные предприятия; общественные отношения; кооперативная собственность; коллективные предприятия

Необходимость в развитии темы коллективных предприятий обусловлена жизнью и практикой хозяйствования. Современная экономика в России находится в глубокой депрессии. Об этом свидетельствуют не только данные официальной статистики, но и многочисленные выступления представителей бизнес-сообщества, научного мира, оппозиционных партийных лидеров. Дефицит бюджета, спад производства, закрытие предприятий малого и среднего бизнеса, рост безработицы, снижение уровня доходов населения, отток инвестиций на фоне падения курса национальной валюты [7] всё больше толкает экономику в бездну. Российское общество нищает, результаты человеческого труда не оцениваются по достоинству, а русские люди, наибольшая часть которых воспитана на советской идеологии, доверии к государству, патриотизме и социальном равенстве, постепенно теряют свои конституционные права.

Современное положение дел во многом определено реформами 90-х годов XX века, основанных на переделе собственности. Идея передачи государственной собственности в частные руки имела цель создания социальной опоры новой власти. Однако, как показывает практика, благодаря приватизации, потеряны высокотехнологичные достижения страны, западный мир без всяких затрат воспользовался добывающей промышленностью России, а собственности, делающей человека свободным, независимым, дающей ему и его семье стабильное достойное существование, у большинства людей как не было так и не стало.

Разделение общества на собственников и не собственников привело к жёсткой трансформации трудовых отношений: имея советские коллективные начала они выстроились в схему «хозяин – наёмный рабочий». Либерально-демократическая политика государства при этом укрепила позиции первых и ослабила права последних. Возник конфликт интересов, который в последствии привёл к жёстким различиям в идеологии общественных институтов: власти, бизнеса и работающих людей. Государству важен рост экономики, частному бизнесу – увеличение собственной прибыли, а работающему человеку – удовлетворение социальных потребностей. При этом достижение цели одного, априори, невозможно без участия другого. Государство давит на бизнес, бизнес требует проявления рвения в труде у наёмных работников, низкая мотивация которых объясняется полным отсутствием интереса в собственных результатах труда.

Общеизвестно, что человек с точки зрения трудовых отношений, есть определяющее звено в повышении эффективности производства. Тысячи учёных и практиков на протяжении многих лет разрабатывали и внедряли различные способы мотивации труда в целях получения наибольшей отдачи от затрат на наёмную рабочую силу. Однако ответ очевиден: самая высокая мотивация у работающего человека – это работа на самого себя, когда работник, вложивший труд в производство продукта сам и является его полноправным собственником

[6]. Другими словами, человек, оказывая услугу или производя продукт, зависит только от себя, формирует конечный результат собственными силами. В современном мире люди редко трудятся в одиночку, в основном, в коллективах в различных сферах экономики, тем не менее, задача повышения эффективности труда едина для всех, поскольку прирост добавочного продукта на отдельном предприятии определяет, в конечном итоге, уровень развития экономики в целом. В этой связи очевиден вопрос: как сделать так, чтобы труд тысяч человек, которые трудятся в коллективах, в наибольшей степени отвечал их интересам?

Реальный ответ на этот вопрос возможен при формировании и развитии предприятий с коллективной формой собственности или так называемых «народных предприятий». Это народный, хозяйствующий субъект, в котором имущество и приобретаемая прибыль принадлежит коллективу. Подобное предприятие открыто может быть в любой организационной форме (завод, фабрика, производственное объединение и т. д.). Коллективное предприятие имеет свои отличительные признаки: собственниками коллективного предприятия могут быть лишь его сотрудники; вся прибыль находится у трудового коллектива; каждый сотрудник обладает собственным паем, а предприятие имеет полное самоуправление и действует по системе полного коммерческого расчёта[3].

Коллективная форма собственности не только сглаживает конфликт интересов, но и со временем просто его исключает: человек работает и его труд оценивается ровно на столько, на сколько он его вложил в производство того или иного продукта. Достойная оплата труда повышает покупательную способность человека, формируя спрос, рождая предложение в различных сферах народного хозяйства. Следовательно, увеличение вложенного труда ведёт к приросту добавочного продукта, прибыли предприятия, развитию отрасли народного хозяйства и, в конечном итоге, экономики государства.

Эти простые вещи, безусловно, понятны и на высшем уровне, однако современный либерально-олигархический курс государства не приемлет признания результатов человеческого труда, поскольку процесс обогащения власть имущих в этом случае станет затруднительным, чиновники из статус «правитель» вернуться в статус «слуга народа». Именно для того, чтобы общество было управляемым и зависимым от власти, тема народных предприятий остаётся закрытой для обсуждений, а в Конституции Российской Федерации коллективные предприятия не упоминаются наравне с частной формой собственности или государственной.

Однако практика хозяйствования полна примеров не только идей создания народных предприятий, но и высокоэффективного развития данной формы общественных отношений. Так, например, ещё в 1986 году Святославом Николаевичем Фёдоровым впервые был создан прообраз нынешнего закрытого акционерного общества - Межотраслевой научно-технический комплекс "Микрохирургия глаза". Коллектив данного предприятия когда-то взял в аренду у государства здания и оборудование, уплатив первоначальный взнос из личных сбережений сотрудников. В результате имущество клиники стало не безликим,

общим, а у каждого сотрудника своим собственным, что в корне изменило трудовую мотивацию, резко повысило производительность труда, увеличив выплаты трудовому коллективу в десятки раз. Современная жизнь МНТК им. Фёдорова С.Н. – это крупнейшая сеть офтальмологических клиник в России, широко известная и за рубежом[4].

Не менее показателен и опыт развития закрытого акционерного общества «Совхоз им. Ленина», расположенного в Ленинском районе Московской области. Хозяйство, созданное на заре советской эпохи по политической воле, объединившей крестьян в колхозы, чуть не исчезло в середине 1990-х, когда огромные сельхозплантации решили раздробить на паи и раздать труженикам села. Последние могли распорядиться землей по собственному усмотрению. Однако благодаря усилиям нынешнего генерального директора предприятия – Павла Николаевича Грудина, выступившего за сохранение совхозного фонда, предприятие было акционировано, паи выкуплены топ-менеджерами. Одним из принципиальных решений руководства стало развитие производства за счёт всей без исключения полученной прибыли. В результате развито не только сельское хозяйство и производство продуктов питания, но и социальная инфраструктура для работников совхоза: построены дома, детские сады и поликлиники, а сам совхоз имени Ленина, основанный, как закрытое акционерное общество, в 90-х годах прошлого века, в настоящее время официально признан крупнейшим агропромышленным комплексом страны[5].

По данным Торгово-промышленной палаты России, успешно работают народные предприятия в Свердловской области, Волгограде, Республике Марий Эл, Липецкой области [2]. Среди них предприятия таких отраслей экономики, как целлюлозно-бумажная, лёгкая, пищевая и топливная промышленность, машиностроение, деревообработка, строительство. Почти все они образованы после принятия в 1998 году Федерального закона «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)». Затем процесс застопорился из-за противодействия чиновников и бизнесменов, терявших возможность управлять и выводить капиталы [1]. Ведь с рабочими, осознавшими свои права и ответственно относящимися к обязанностям, спорить трудно.

В российских средствах массовой информации практически отсутствует информация о деятельности народных предприятий, большинство из которых чувствует себя в рыночных условиях уверенно, укрепляя успешной работой и социально-ответственным поведением экономическую стабильность своих регионов и страны в целом, завоёвывая заслуженное признание и поддержку: Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат им. С.П.Титова, Стерлитамакский нефтехимический завод, мясокомбинат «Звениговский», кондитерская фабрика «Конфил, АО «Протвинский опытный завод «Прогресс»», ЗАО «Салаватстекло», ТОО «Новорязанская ТЭЦ», ЗАО «Картонно-рубероидный завод» и другие.

Таким образом, исследование теории и практики формирования и функционирования народных предприятий позволяет утверждать, что их создание и

развитие необходимо современной экономике. Принцип «демократии участия» являющийся основой народных предприятий, способствует укреплению коллективных ценностей социума, сохраняет государственный интерес, развивает личность, преодолевая индивидуализм и жажду наживы любой ценой, а трудовые отношения, выстроенные по коллективному принципу, развиваются наравне с другими формами производственных отношений намного эффективнее, чем индивидуальный труд наёмного работника.

#### Список использованных источников

1. Воронина Е.В., Коваленко И.Н. Народные предприятия: зарубежный опыт и российские реалии //Научный альманах. 2015. № 2(4).
2. Жукова А. Уже не колхоз, ещё не АО. Российская Бизнес-газета - Промышленное обозрение №1025 (46)
3. Коллективное предприятие. URL: <https://infoption.ru/30894>
4. Котляр Н.И., Каплина С.Г. Теория конвергенции: право на существование. URL: <http://intkonf.org/>
5. Орешкина А. Бизнес имени Ленина. URL: <http://ko.ru/articles/25678>
6. Пирогов Н.Л. От мотивации труда к развитию общества// «Наука и жизнь». 2007. № 4
7. Россия в цифрах. 2017: Краткий статистический сборник/Росстат.М. Р76 2017 - 511 с.

*Герасенко В. П.<sup>1</sup>*

*Белорусский государственный экономический университет*

### ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация.** Констатирована значимость малого бизнеса в процессе развития региональной экономики. Акцентируется внимание на необходимость формирования привлекательных условий для развития малого бизнеса, на разграничение полномочий и ответственности между органами государственной власти, ее субъектов и местного самоуправления. Отражены приоритетные направления развития малого бизнеса в региональных социально-экономических системах, а так же причины, сдерживающие его развитие.

**Ключевые слова:** предпринимательство, малые и средние предприятия, потенциал малого предпринимательства, привлекательные условия развития малого предпринимательства, инновации, мотивация предпринимателей.

#### Введение

В решении проблем, стоящих перед региональной экономикой, в том числе укреплении отношений собственности и реализации структурных пре-

---

<sup>1</sup> Герасенко Владимир Петрович - доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры национальной экономики и государственного управления Белорусского государственного экономического университета.

образований велика и незаменима роль малого и среднего предпринимательства. Решение проблем развития малого бизнеса в белорусской экономике приобрело в настоящее время императивный характер: от этого зависит формирование в стране цивилизованного, эффективно функционирующего рынка.

Основу любой рыночной системы хозяйства составляет множество экономически активных субъектов – предпринимателей. По мнению Э.Дж. Долана под предпринимательством понимается "процесс поиска новых возможностей, использование новых технологий и новых сфер вложения капитала, преодоление старых стереотипов и границ; удобнее считать предпринимательство процессом поиска наилучшего способа соединения трех основных факторов производства..." [1].

Насколько существенна значимость предпринимательства в решении проблем конкурентного рынка однозначно отображено в самой функции предпринимателей: "реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более широком смысле – через использование новых технологических возможностей для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции – вплоть до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности..." [2, с. 72; 3, с. 19.]. Только предпринимательство способно обеспечить появление в стране достаточного количества малых предприятий, чтобы развернуть практически во всех отраслях конкурентные рыночные отношения, создать предпосылки структурных изменений, прогрессивных технологий, мобильного финансирования, маневрирования ресурсами. Наличие пустых и незаполненных ниш в рыночных структурах лишает экономику структурной гибкости, восприимчивости к новинкам науки и техники, инициативного поиска, быстрого реагирования на запросы потребителей. Заполняя товарами и услугами слабо насыщенные ниши, в которых не заинтересованы крупные организации, тем самым малый бизнес приближает структуру предложения к самодостаточности.

Обратимся к мировому опыту развития малого и среднего предпринимательства. Так, по состоянию на 2013 год в Японии функционировало около 7 млн малых и средних предприятий, на которых было занято свыше 40 млн человек (примерно 80% общей численности занятых). На эти предприятия, по разным оценкам, приходилось от 40 до 70% объема производства промышленной продукции [4, с. 30].

Еще в 2000 г. М.И. Балашевич, Т.М. и Лазуткина обозначили место и роль малых предприятий в решении социально-экономических проблем страны и создании соответствующих условий для развития малого бизнеса, которые остаются актуальными и в настоящее время [5, с. 33].

В числе потенциальных резервов малого бизнеса можно выделить:

1. Создание предпосылок реализации идеи непрерывно развивающихся организаций.

2. Высокая гибкость, выражающаяся в оперативном реагировании на изменение рыночной конъюнктуры.

3. Способность выступать во многих сферах инновационной деятельности генератором идей.

4. Вовлечение в оборот средств массовых инвесторов и творческого потенциала частных собственников и др.

В обстановке дестабилизации экономики и ограниченности финансовых ресурсов именно малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и обладающие высокой скоростью оборота ресурсов, способны при определенной поддержке наиболее быстро и экономно решать проблемы демонополизации, формирования и насыщения рынка потребительских товаров и услуг, значительно смягчать проблемы безработицы. Нам представляется маловероятной возможность выхода экономики страны на устойчивый рост без развития малого и среднего бизнеса.

Вместе с ним в настоящее время, по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, общее количество действующих субъектов малого предпринимательства составляет 111,7 тыс., а доля работающих на малых предприятиях в общем количестве занятых в народном хозяйстве – 7,6% [6, с. 256]. Потенциал малого предпринимательства, и особенно в приоритетных видах деятельности, в сфере производства остается нереализованным. Существуют серьезные экономические и административные барьеры для выхода малых предприятий на рынок и развития их деятельности.

Если в западных странах на малое предпринимательство приходится до 60% ВВП, в Республике Беларусь этот показатель не превышает 14,8%. На 1000 белорусов приходится 11 микроорганизаций и малых организаций, что примерно в 5 раз меньше, чем в промышленно развитых странах Запада [6, с. 257].

Как показывают результаты исследования, в настоящее время малый бизнес стагнирует и нуждается в государственной поддержке.

В последние годы в мировой практике исследуется оценка влияния малых предприятий на развитие национальных экономик. Дальнейшее развитие малого предпринимательства нуждается в совершенствовании действующей нормативно-правовой базы, направленной на адресную поддержку субъектов малого предпринимательства. Во-вторых, при определении размера грантов начинающим инновационным организациям, лизинга, субсидий на модернизацию оборудования должна учитываться отраслевая принадлежность предприятий [7, с. 6].

Все это указывает на необходимость дальнейшей модернизации системы поддержки малого предпринимательства в целях повышения его роли в развитии национальной экономики.

В настоящее время очевидно доминирующее значение региональной ориентации малого бизнеса. Формирование среды малого предпринимательства является самостоятельной и важной задачей для всех территориальных субъектов, так как малый бизнес является в настоящее время неотъемлемой

составляющей их экономики, становится важнейшим элементом наращивания числа рабочих мест. При этом важно рациональное понимание понятия помощи, поскольку малый бизнес, по сути, является сферой высокопроизводительного вложения капитала.

В нашем понимании предприятия малого бизнеса воспринимаются как необходимое условие существования рыночных отношений и развития предпринимательской деятельности в регионах; они частично компенсируют спад производства, способствуют созданию новых рабочих мест, развитию потребительского и обслуживающего секторов экономики.

Важное значение во взаимоотношениях республиканского центра и его субъектов имеют условия, создаваемые для развития малого предпринимательства. В этой связи возникает комплекс проблем разграничения полномочий и ответственности между органами государственной власти, ее субъектов и местного самоуправления. Комплекс включает вопросы правового регулирования и практического решения задач по поддержке малых предприятий, включая налоговые и иные льготы, финансирования как мер содействия отдельным предпринимательским проектам, так и крупных региональных и межрегиональных программ становления и развития инфраструктуры рынка.

Государственная поддержка малого бизнеса практически во всех странах является значимым системным направлением экономической политики государства. Для ее реализации разработано и применяется специальное законодательство, регулирующее весь комплекс вопросов поддержки малого предпринимательства, реализуется система государственных программ финансового, технологического, внешнеэкономического, информационного, консультационного, кадрового содействия малым предприятиям с использованием централизованных источников и особых схем финансирования. В законодательных актах определены субъекты малого предпринимательства, пользующиеся государственной поддержкой, выделены государственные органы, осуществляющие эту поддержку, охарактеризованы ее основные формы и методы.

Так, например, в инфраструктуре поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) законодательством России предусмотрены организации двух типов [8, с. 100]:

1. Система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих условия для их создания и оказания им поддержки.

2. Центры и агентства по развитию предпринимательства, государственные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства, фонды содействия кредитованию (гарантийные фонды, фонды поручительства), акционерные инвестиционные фонды и закрытые паевые инвестиционные фонды, привлекающие инвестиции для субъектов малого и среднего предприни-

мательства, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, палаты и центры ремесел, центры поддержки субподряда, маркетинговые и учебно-деловые центры, агентства по поддержке экспорта товаров, лизинговые компании, консультационные центры и иные организации. Эти организации могут в той или иной форме финансироваться за счет бюджетных средств, включая прямое финансирование. [Виленский А. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в современной России на второй волне грюндерства // Вопросы экономики. – 2014. – №11. – С. 95-106. С.100].

По мнению А. Зверева к приоритетам государственной поддержки малых и средних предприятий в Германии относятся:

1. Создание более благоприятных условий.
2. Устранение бюрократических ограничений. Так, например, в 2006-2008 гг. в Германии было принято три закона об устранении бюрократических ограничений для малых и средних предприятий, что позволило упразднить или существенно упростить 95 административных процедур [9, с. 35].
3. Поддержка начинающих предпринимателей.
4. Усиление инновационной составляющей.
5. Модернизация профессионального образования и формирование кадрового резерва.
6. Улучшение условий финансирования.
7. Мобилизация венчурного капитала для инноваций.
8. Усиленная поддержка на внешних рынках. Примерно 45 % малых и средних предприятий Германии экспортируют свою продукцию и осуществляют инновационные проекты за рубежом [9, с. 40].

Национальная ассоциация малых городов и поселков США определила ряд мер по укреплению экономики малых городов. Эта стратегия развития местного хозяйства пропагандируется кооперативной службой внедрения путем распространения видеоматериалов. Данная стратегия включает следующие меры:

- сокращение «утечки» за пределы местного хозяйства спроса на товары и услуги местных жителей;
- поддержка деятельности уже созданных фирм и меры по их развитию;
- содействие и активизация процесса создания малых фирм;
- поддержка мелкого местного бизнеса, образованного на базе домашнего или фермерского хозяйства;
- развитие производств, максимально использующих местное сырье, в том числе сельскохозяйственные ресурсы;
- организация профессиональной подготовки и переподготовки;
- капиталовложения в развитие местного туризма [10, с. 74].

Меры экономической и управленческой поддержки предпринимательства в США включают:

- создание сельских зон предпринимательства;
- поощрение производства в рамках крупных агропромышленных корпораций;

- создание центров развития и обслуживания малого бизнеса, сельских «инкубаторов» бизнеса и др. [10, с. 79].

Однако особенностью нынешней ситуации является то, что мы пока живем в условиях, когда всякого рода ограничения и препятствия для развития предпринимательства, и, в особенности, малого, имеют характер, несвойственный для стран с рыночной экономикой.

Все еще нет четкой концепции развития малого бизнеса, программы его поддержки не подкрепляются ресурсами. Политика Правительства должна усилить мотивацию производственной деятельности. Малые предприятия должны быть заинтересованы производить комплектующие и узлы для крупных машиностроительных организаций.

При этом, основную тяжесть работы по формированию условий для развития малого бизнеса следует взять на себя регионам. Деятельность малых и средних предприятий должна быть ориентирована преимущественно на местный рынок, на решение региональных проблем. Это вписывается в общую концепцию развития хозяйственной и финансовой самостоятельности административно-территориальных образований. Малый бизнес должен стать основной базой формирования рациональной структуры местного хозяйства и его финансирования на основе учета особенностей данного региона.

В свете совершенствования нормативно-правовой базы, в регионах должны быть сформированы фонды и центры поддержки малого предпринимательства для финансирования мероприятий по организации новых и развитию действующих предприятий. В проблемных регионах необходимо разработать и осуществлять целевые программы поддержки малого бизнеса при долевом участии средств местного бюджета.

Создается впечатление, что местные власти еще не в полной мере осознали важность развития малых предприятий для решения острых социально-экономических проблем. Социально-экономическая политика должна быть ориентирована на развитие малого предпринимательства как основного фактора и средства оптимизации структуры региональной экономики.

Политика местной администрации способна оказывать на развитие малого бизнеса значительно большее влияние. Желательно, чтобы повсеместно региональные администрации считали активизацию малого промышленного производства своей предпочтительной задачей.

Обозначим приоритетные мероприятия по развитию малого бизнеса, целесообразность реализации которых региональными социально-экономическими системами очевидна:

- стимулирование создания и развития малых и средних предприятий по глубокой комплексной переработке сырья традиционных отраслей экономики;

- развитие традиционных промыслов и ремесел как для внутреннего, так и для внешнего потребления;

- определение перспектив развития в райцентрах и агрогородках новых предприятий по переработке леса, сельскохозяйственной продукции и др.

Однако развитие малого бизнеса затрудняется множеством причин. В их числе:

1. Действующая фискальная налоговая система, не позволяющая малым предприятиям аккумулировать собственные средства на развитие.

2. Дороговизна кредитов.

3. Отсутствие должной мотивации предпринимателей в развитии производственной деятельности.

4. Не развитость рыночной инфраструктуры, направленной на обслуживание предприятий малого бизнеса.

6. Высокомонополизированный характер экономики, служащий барьером на путях формирования конкурентной среды.

7. Спад производства, губительный для малого бизнеса, поскольку он усиливает монополистический характер экономики, сужает емкость внутреннего рынка, раскручивает инфляционную спираль.

8. Слабость организационных структур и менеджмента.

По нашим наблюдениям, многие проблемы по настоящее время создают сами регионы, которые способны торпедировать бесспорно разумные решения по развитию малого бизнеса. В частности, они весьма изобретательны в создании тяжелых условий аренды помещений при наличии большого количества неиспользуемых помещений. Необходимо до минимума снизить арендную плату или бесплатно отдавать помещения индивидуальным предпринимателям под привлекательные для региона инновационные проекты.

Совершенствование механизма лицензирования должно включать развернутую аргументацию в пользу общественной необходимости лицензирования данного вида деятельности, а также доказательства того, что государство не может повлиять на предпринимателя каким-либо иным действующим механизмом контроля (доказать, что этот контроль отсутствует).

Видимо, в ситуации крайней необходимости введения лицензирования какого-либо вида деятельности, связанного исключительно со спецификой региона, он может быть допущен только посредством специального республиканского законодательного акта.

На наш взгляд, в каждом регионе базовым элементом инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, координирующим деятельность других ее элементов, должны стать региональные фонды поддержки предпринимательства. Одной из важнейших стратегических задач этих фондов желательно рассматривать формирование возможностей доступа предпринимателей к источникам финансирования, непосредственное финансирование инвестиционных проектов, а также создание условий для привлечения средств в инвестиционную сферу.

В сложившейся ситуации финансовая поддержка малого предпринимательства должна осуществляться как путем прямого инвестирования, так и через систему налоговых льгот, возможность проведения ускоренной амортизации основных производственных фондов, льгот по аренде помещений. При сохраняющемся дефиците инвестиционно-финансовых средств необходимо увеличение собственных и привлеченных средств предприятий и инве-

стором, в том числе иностранных, а также путем предоставления инвесторам финансово-налоговых льгот.

Следует снизить до минимума размер уставного капитала, разработать и утвердить механизм предоставления малым предприятиям основных фондов,

### **Заключение**

Результаты проведенного исследования позволяют сформулировать следующие выводы:

Доля малого предпринимательства является результатом сочетания различных факторов развития национальной экономики. Наиболее эффективно развиваются те страны, где экономика базируется на крупном, среднем и малом бизнесе. В этих странах имеют место более высокая устойчивость взаимодействия и социальная удовлетворенность, что приводит к более динамичному развитию всей экономики.

Формирование среды малого предпринимательства является самостоятельной и важной задачей для всех территориальных субъектов, так как малый бизнес является в настоящее время неотъемлемой составляющей их экономики, становится важнейшим элементом наращивания числа рабочих мест, источником налоговых поступлений в бюджет.

### **Список использованных источников**

1. Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель. – Санкт-Петербург, 1992. – С. 14-15.
2. Shumpeter Joseph. Can Capitalism survive? – New York: Harper & Row. – 1952. – P. 72.
3. Хизрич Р., Петере М. Предпринимательство или Как завести собственное дело и добиться успеха. – М.: Прогресс-Универс, 1991.
4. Ковтунова А.Н. Малые предприятия Японии: управление качеством // Азия и Африки. – 2013. – №1. – С. 30-33.]
5. Балашевич М.И., Лазуткина Т.М. Малые и средние предприятия – инструмент экономической и социальной стабильности государства // Предпринимательство. – 2000. – №2. – 32-35.]
6. Республика Беларусь: Статистический ежегодник. – Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015. – 524 с.]
7. Матвеев В.В., Овчинникова А.В. Оценка влияния малых предприятий на развитие национальной экономики в контексте парадигмы «структура-поведение-результат» // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5. Экономика. – 2015. – №3. – С. 4-26.]
8. Виленский А. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в современной России на второй волне грюндерства // Вопросы экономики. – 2014. – №11. – С. 95-106.]
9. Зверев А. Меры государственной поддержки малых и средних предприятий в Германии // Экономист. – 2009. – №9. – С. 35-40.]

10. Папцов А. Формирование малого предпринимательства и развитие предпринимательства в сельской местности развитых стран // АПК: экономика, управление. – 2015. – №11. – С. 74-81. С. 74.]

*Горемыкин В.А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ**

**Аннотация.** В статье проанализированы инвестиционные риски, которые имеют место и серьезно влияют на малый бизнес и предпринимательство.

**Ключевые слова:** инвестиционные риски, ресурсы, проекты, финансы.

Большую роль в деятельности малого предпринимательства играют инвестиционные риски. Как известно, риск – это вероятность (угроза) потери предприятием части своих ресурсов при реализации инновационно-инвестиционного проекта. От инвестиционного проекта предполагается отдача, состоящая из двух составляющих свободная от риска ставка и страховая премия. При этом свободная от риска ставка является базовой и представляет собой минимально приемлемый доход от инвестиций при отсутствии всех рисков. Страховую премию инвестор требует в качестве платы за инвестирование предприятия, деятельность которого не ограждена от рисков. Имеют место три основных вида риска:

- Производственный, связанный со способностью предприятия реагировать на изменения спроса на продукцию, услуги. При этом чем выше у предприятия рентабельность, тем больше оно способно реагировать на перемены в экономическом окружении и тем меньше будет страховая премия для кредитора;

- Коммерческий, отражающий надежность доходов в процентных ставках, устанавливаемых кредиторами в отраслях промышленности. Характерным для предприятия может быть случай, когда, имея передовую технологию, оно сталкивается с интенсивной конкуренцией, и его продукция может в одно мгновение устареть;

- Финансовый, возникающий вследствие управленческих решений, связанных с инвестированием активов. При этом варианте возникает ситуация, когда предприятие, неспособное уплатить предписанные платежи, может оказаться банкротом. Поэтому при накоплении долга в структуре капитала предприятия растет и страховая премия, на которую рассчитывает инвестор;

Возможен и инвестиционный риск, когда происходит обесценивание инвестиционного портфеля, состоящего из собственных и приобретенных ценных бумаг, а также рыночный – при колебании рыночных процентных ставок как национальной денежной единицы, так и иностранных курсов валют.

---

<sup>1</sup> Горемыкин Виктор Андреевич-доктор экономических наук, профессор АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

Для анализа риска необходима информация для принятия решений об участии в проекте и намечаемых мерах и намечаемых мерах по защите от возможных финансовых потерь.

Как правило, такой анализ производится поэтапно:

- выявляются внутренние и внешние факторы, влияющие на конкретных видах риска;
- проводится анализ выявленных факторов;
- исходя из финансовой точки зрения, осуществляется оценка конкретного вида риска: определяется финансовое состояние проекта, а также экономическая целесообразность участия в нем;
- устанавливается допустимый уровень риска;
- осуществляется анализ выбранного уровня риска;
- при участии в проекте разрабатываются мероприятия по снижению риска;

Существуют риски как динамические, связанные с неопределенным изменением стоимости основного капитала, вызванного принятием управленческих решений, а также изменением рыночных условий реализации проекта и др., так и статический, связанный с потерей реальных активов вследствие утраты дохода из-за недееспособности предприятия.

При этом на изменение степени риска проекта оказывают влияние как объективные факторы, не зависящие непосредственно от предприятия (инфляция, экология и др.), так и субъективные, которые всецело зависят от эффективности управления и организации производства на предприятии (техническое оснащение, организация труда, уровень кооперации и т.д.).

Большую часть инвестиций в общем виде можно представить по категориям (табл.1)

Таблица 1.

Характеристика инвестиций

№ п/п	Категория	Уровень риска
1.	Обязательные инвестиции	Не учитывается
2.	Проект снижения себестоимости продукции	Ниже среднего
3.	Проект расширения предприятия	Средний
4.	Проект освоения новой продукции	Выше среднего
5.	Проект НИОКР	Высокий

Существующие методы анализа рисков подразделяются на два взаимодополняющих вида:

- качественный, когда определяются факторы риска и устанавливаются потенциальные области, тем самым идентифицируются все возможные риски;
- количественный, когда численное определение размеров отдельного риска и риска проекта в целом проводится различными методами. При этом наиболее распространенными методами количественного анализа риска являются статистический, аналитический, метод экспертных оценок.

Так, статистический метод анализа риска основан на анализе всех статистических данных, касающихся результативности реализации предприятиями рассматриваемых операций, на дальнейших расчетах вероятностей возникновения потерь. При этом частоту возникновения некоторых потерь можно определить по формуле:

$$f = n / N$$

где  $n$  – число случаев конкретных потерь;

$N$  – общее число случаев в статистической выборке, включая и успешные операции данного вида;

Для определения потерь и построения кривой риска используется понятие областей риска. При этом область риска определяет некоторую зону общих потерь рынка, где потери не превышают предельного значения установленного уровня риска.

Области риска, как правило, определяются при расчете общего уровня риска с учетом достаточности всего капитала инвестора. При этом достаточность капитала определяется допустимым размером условного капитала и предельным соотношением всего капитала и суммы его активов, называемым коэффициентом риска:

$$K_p = C_y / C_p,$$

где  $C_y$  – максимально возможная сумма убытков, руб.;

$C_p$  – объем собственных финансовых средств с учетом инвестиционных поступлений, руб.

В связи с этим, области риска можно охарактеризовать их коэффициентами:

- безрисковая область имеет коэффициент риска  $K_p = 0$ . В ней отсутствуют какие-либо потери, гарантируется получение, как минимум, расчетной прибыли;
- область минимального риска имеет коэффициент  $K_p = 0 \dots 25\%$ . Уровень потерь не превышает размеров чистой прибыли. Инвестор рискует тем, что не получит чистой прибыли и не сможет выплатить дивиденды, т.е. возможны незначительные потери;
- область повышенного риска характеризуется коэффициентом  $K_p = 25-50\%$ , когда потери не превышают размеров расчетной прибыли. При этом в лучшем случае инвестор получит прибыль менее расчетного уровня, а в худшем – произведет покрытие всех затрат;
- область критического риска имеет коэффициент  $K_p = 50-70\%$ . Возможны потери, величина которых превышает размеры расчетной прибыли, но не превышает общей величины валовой прибыли. В этой области инвестор подвергается опасности потерять всю выручку от данного проекта;
- область недопустимого риска характеризуется коэффициентом  $K_p = 70-100\%$ . Возможные потери при этом близки к размеру собственных средств, т.е. наступает банкротство инвестора.

Исследования показывают, что оптимальным коэффициентом риска может быть коэффициент  $K_p = 30\%$ , а коэффициентом, ведущим инвестора к банкротству,  $K_p = 70\%$  и более.

Вышеприведенную классификацию финансовых состояний инвестора в зависимости от областей риска можно представить следующим образом:

финансовое состояние инвестора подразделяется на:

- область абсолютной устойчивости, когда величина запасов и затрат соответствует безрисковой области;
- область нормальной устойчивости – область минимального риска, когда имеется нормальная величина запасов и затрат;
- область неустойчивого состояния – область повышенного риска, когда имеется избыточная величина запасов и затрат;
- область критического состояния – область критического риска, когда имеется низкий спрос на продукцию и др.;
- область кризисного состояния – область недопустимого риска, когда предприятие находится на грани банкротства;

В качестве показателей оценки риска источниками формирования запасов и затрат можно использовать основные показатели финансовой устойчивости предприятия:

- излишек (+) или недостаток (–) собственных средств ( $\pm \mathcal{E}_c$ )
- излишек (+) или недостаток (–) соответственных среднесрочных и долгосрочных заемных источников ( $\pm \mathcal{E}_z$ )
- излишек (+) или недостаток (–) общей величины основных источников ( $\pm \mathcal{E}_o$ );

Балансовую модель устойчивости финансового состояния предприятия можно представить соотношением:

$$C_o + C_z + C_d = C_u + C_c + C_k + C_{кз},$$

где:

$C_o$  – основные средства и вложения, руб.;

$C_z$  – запасы и затраты, руб.;

$C_d$  – денежные средства, краткосрочные вложения, дебиторская задолженность и прочие активы, руб.;

$C_u$  – источники собственных средств, руб.;

$C_c$  – среднесрочные, долгосрочные кредиты и заемные средства, руб.;

$C_k$  – краткосрочные кредиты (до 1 года), не гашенные в срок, руб.;

$C_{кз}$  – кредиторская задолженность и заемные средства, руб.

Определение показателей финансовой устойчивости позволяет определить степень их устойчивости для каждой финансовой области:

- по формуле  $\mathcal{E}_c = C_u - C_o$  определяются собственные оборотные средства, а их излишек (+) или недостаток (–) – по формуле:  $\mathcal{E}_c = (C_u - C_z) - C_z$
- по формуле  $\pm \mathcal{E}_z = (\mathcal{E}_c + C_c) - C_z$  определяется излишек (+) или недостаток (–) собственных средств в совокупности со среднесрочными и долгосрочными источниками формирования запасов и затрат;

- по формуле  $\pm \mathcal{E}_3 = (\mathcal{E}_c + C_c + C_k) - C_z$  определяется излишек (+) или недостаток (–) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат;

Согласно вышеизложенному и рис.2 видно, что абсолютные показатели финансовой устойчивости, базирующиеся на исследовании состояния запасов и затрат соответствуют возможным потерям в области.

При анализе риска нового проекта целесообразно пользоваться данными по последствиям воздействия неблагоприятных факторов риска и на аналогичные проекты.

Изучая циклы проекта, сведения о реализации любой его части и сопоставляя причины перераспределения средств и возникновения других неблагоприятных ситуаций, можно найти более реальное решение, при этом существуют и способы снижения риска:

- распределение риска между участниками проекта;
- страхование риска;
- снижение степени риска за счет сокращения вероятности и объема потерь;
- избежание риска за счет уклонения от мероприятий, связанных с ним;

При выборе конкретного средства снижения риска инвестор исходит из принципов: не рискуй больше, чем это могут позволить собственные средства; думай о последствиях риска; не рискуй многим ради малого.

Прежде чем вкладывать средства в проект, необходимо: определить максимально возможный объем убытков по данному риску; сопоставить их с объемом вкладываемых средств; сопоставить их со всеми собственными финансовыми ресурсами и определить, не приведут ли потери этих средств к банкротству инвестора.

Убытки от вложения средств могут быть равны данным средствам, быть меньше или больше их. В частности, убытки при прямых инвестициях, как правило, равны венчурным средствам с учетом инфляционного фактора.

Зная максимально возможную величину убытка, инвестор должен определить возможные последствия, величину вероятности риска и найти методы, снижающие его, вплоть до отказа от участия в данном проекте. При этом необходимость отказа от риска может быть тогда, когда размер убытка относительно велик.

Существует и норматив ЦБ РФ, характеризующий максимальный размер риска ( $H_{p,max}$ ) на одного заемщика, которым в основном и пользуются инвесторы. Определяется он по формуле:

$$H_{p,max} = C_p / C_{c.u},$$

где:  $C_p$  – размер риска инвестора (сумма обязательств заемщика инвестору, а также 90% забалансовых обязательств, выданных инвестором в отношении данного заемщика, предусмотренные к исполнению в денежной форме), руб.;

$C_{c.u}$  – средства инвестора, руб.;

Как правило, из суммы обязательств заемщика исключаются: задолженность по ссудам под залог государственных ценных бумаг – 90% от суммы остатка; другие задолженности по ссудам, оформленным залоговыми обязательствами под материальные ценности, акции предприятий и банков – 40 ... 70% от суммы остатка.

Максимально допустимый норматив ( $H_{p,max}$ ) установлен: для коммерческих специализированных банков – 1,0; для банков, созданных в течение 1990 – 1991 г.г. – 0,75; для банков, организованных в 1988 – 1989 г.г. – 0,5. При этом размер риска банка на одного заемщика не превышает 10% суммы активов банка, а сумма кредита заемщику не должна превышать его собственных средств.

Однако приведенное выше соотношение при выборе проекта не учитывает множества объективных факторов: экономическую, политическую обстановку и др., а поэтому не может быть единственным критерием его выбора.

Поскольку инфляция в России стала неотъемлемой составляющей экономической действительности, то при определении действительной ставки процентов при получении кредитов необходимо это учитывать:

$$C_n = C_{п.с} [(1 - i)/(1 + j)]^n,$$

где:  $C_n$  – наращенная сумма к концу срока окончания кредита с учетом инфляции, руб.;

$C_{п.с}$  – полученная ссуда, руб.;

$i$  – ставка кредитов, проц.;

$j$  – темп инфляции, проц.;

$n$  – продолжительность ссуды, лет.;

Для снижения риска, как правило, используются различные методы, повышающие надежность результатов инвестиций: изучение механизма формирования прибыли с учетом различных факторов, использование методов математической статистики, экономико-математического моделирования и др. При этом в финансовом анализе эффективности инвестиций в качестве основных показателей используются:

- период окупаемости проекта ( $PBP$ ) – время, за которое предприятие покрывает затраты на инвестиции. При этом срок окупаемости определяется из соотношения:

$$PBP = C_{\Sigma u} / C_2,$$

где:  $C_{\Sigma u}$  – сумма инвестиций, руб.;

$C_2$  – ежегодные (ежеквартальные, ежемесячные) поступления, руб.;

Поскольку этот показатель не учитывает ценность поступлений будущих периодов, то в качестве показателя эффективности проекта используется дисконтированный период окупаемости ( $DRP$ ):

$$DRP = C_{\Sigma u} / C_{2d}$$

где:  $C_{2d}$  – ежегодные поступления с учетом дисконтирования, руб.;

При этом отличие "периода окупаемости" от "срока окупаемости" состоит в том, что при подсчете  $PBP$  учитываются все первоначальные инвестиции (капитальные затраты и эксплуатационные расходы), а при подсчете "срока окупаемости" – лишь первоначальные вложения;

- чистая приведенная величина дохода (*NPV*) – оценка стоимости потока будущего дохода, равная приведенной стоимости будущих прибылей или денежных потоков, дисконтированных с помощью соответствующей процентной ставки за вычетом приведенной стоимости инвестиционных затрат. *NPV* используется для оценки предложений об инвестициях с использованием общей базы для сравнения. При этом предпочтение имеет тот проект, *NPV* которого имеет положительное значение, т.е. инвестиции принесут доход. Отрицательная же величина *NPV* указывает на то, что доходы от предложенного проекта недостаточно высоки, чтобы компенсировать риск по данному проекту.

Определение чистой приведенной величины дохода складывается: из вычисления текущих стоимостей всех ежегодных денежных потоков; суммирования всех дисконтированных денежных потоков; вычитания инвестиционных расходов из общей суммы.

Как правило, показатель чистой приведенной величины дохода является самым надежным показателем инвестиций. Однако и он не может быть единственным средством оценки спрогнозированных денежных потоков. Поскольку *NPV* оценивает отдачу от инвестиций, то, естественно, чем их величина больше, тем больше будет и результат. Следовательно, результаты сравнения разных по объему инвестиций будут искажены при использовании только *NPV*. *NPV* носит абсолютный, а не относительный характер, и не дает никакой информации в промежуток до того момента, когда инвестиции становятся прибыльными;

- рентабельность (индекс прибыльности) *PJ* – критерий оценки проекта, определяемый как частное от деления приведенной стоимости связанных с его реализацией будущих денежных потоков на приведенную стоимость первоначальных инвестиций. *PJ* также является одним из показателей при выборе проектов:

$$PJ = C_{nn} / C_{ne}$$

где:  $C_{nn}$  – приведенные поступления, руб.;

$C_{ne}$  – приведенные выплаты, руб.;

- внутренняя норма доходности (*JRR*) – ставка дисконтирования, при которой эффективность инвестиций, т.е. *NPV*, равна нулю, при которой приведенная стоимость будущих денежных потоков равняется первоначальной сумме инвестиций. Иначе говоря, это расчетная ставка процентов, при которой капитализация регулярно получаемого дохода дает сумму, равную инвестициям, т.е. капиталовложения окупаются. Обычно минимально допустимое значение *JRR* принимается более высоким, чем стоимость капитала, на некоторую величину с учетом риска проекта.

Существуют различные подходы к анализу проектов, в том числе и анализ его чувствительности, который проводится путем последовательного выполнения следующих шагов:

- выбирается основной ключевой показатель, т.е. параметр, относительно которого и проводится оценка чувствительности. Этими показателями могут

быть как внутренняя норма доходности (*JRR*), так и чистый приведенный доход (*NPV*);

- выбираются варьируемые факторы (уровень инфляции, объем и цена реализации и др.);
- расчет ключевых показателей на различных этапах осуществления проекта.

Получаемые таким путем последовательности затрат и поступлений позволяют определить финансовые потоки для каждого периода и показатели эффективности.

Затем определяются критические для проекта значения ключевых параметров. В простейшем случае можно определить "точку безубыточности", отражающую минимально допустимый объем производства (продаж), при котором проект не прибыльный, но и не убыточный.

Точку безубыточности проекта можно определить из следующего соотношения:

$$K_m = C_{no} / (C_{up} - C_{ce}),$$

где:  $K_m$  – точка безубыточности;

$C_{no}$  – постоянные (общие) издержки, руб.;

$C_{up}$  – переменные(прямые) издержки, руб.;

$C_{ce}$  – цена единицы продукции, руб.;

Анализ безубыточности необходим для оценки состояния предприятия, выработки стратегии его развития. При этом, как правило, определяются:

- требуемый уровень продаж, позволяющий обеспечить необходимую прибыль;
- зависимость прибыли предприятия от колебания цены продукции и издержек производства;
- доля каждого продукта в покрытии общих затрат;

Анализ безубыточности позволяет определить уровень диапазона безопасности. Чем меньше резерв безопасности, тем выше риск попадания в область убытков. При этом резерв безопасности определяется из соотношения:

$$K_b = 100\% (C_{on} - C_{ob}) / C_{on},$$

где:  $K_b$  – прогнозируемый объем продаж, руб.;

$C_{on}$  – прогнозируемый объем продаж, руб.;

$C_{ob}$  – объем продаж, соответствующий точке безубыточности, руб.

Точка безубыточности для многопродуктового производства определяется по этапам: сначала определяется доля каждого продукта в объеме продаж, а затем и суммарный взвешенный доход, на основе которого и рассчитывается искомая величина.

Анализ чувствительности позволяет находить пути риска и неопределенности. Однако он не может быть всеобъемлющим.

Как правило, анализу чувствительности сопутствует и анализ величины относительных рисков, когда определяются возможные допустимые значения критических переменных величин и проводятся проверочные расчеты.

В качестве примера рассмотрим четыре варианта инвестирования 100,0 тыс. руб. сроком на 1 год. При этом учитывается использование: годовых весел с гарантией 8% дохода (векселя выпускаются на один год, т.е. через год они будут выкуплены); облигаций с 9% доходом и сроком займа 10 лет (облигации будут проданы в конце первого года, поэтому реальный процент будет известен только через год); проекта 1, предполагающего чистые издержки в размере 100,0 тыс. руб., нулевые поступления в течение года и выплаты в конце года в зависимости от состояния экономики; проекта 2 с затратами 100,0 тыс. руб., но с другим распределением выплат (табл.1)

Таблица 1.

Оценка предполагаемого дохода и риска

№ п/п	Состояние экономики	Вероятность риска, P	Норма дохода по инвестициям			
			Векселя	Облигации	Проект 1	Проект 2
1	2	3	4	5	6	7
1.	Глубокий спад	0,05	8,00	12,00	-3	-2
3.	Небольшой спад	0,20	8,00	10,00	6,00	9,00
3.	Средний рост	0,50	8,00	9,00	11,00	12,00
4.	Небольшой подъем	0,20	8,00	8,50	14,00	15,00
5.	Мощный подъем	0,05	8,00	8,00	19,00	26,00
6.	Показатели:					
	а) ожидаемая норма дохода, $K_d$		8,00	9,20	10,30	12,00
	б) вариация, $K_e$		0,00	0,71	19,31	23,20
	в) стандартная вариация, $K_u$ (абсолютная величина риска)		0,00	0,84	4,39	4,82
	г) коэффициент вариации, $K_o$ (величина на относительных рисков)		0,00	0,09	0,43	0,40

Исходя из приведенных данных, проведем анализ относительных рисков:

- определяем ожидаемую норму доходов по всей группе инвестиций:

$$K_d = \sum_{i=1}^n K_i \times P_i$$

где:  $K_i$  –  $i$ -й вариант;

$P_i$  – вероятность того, что  $i$ -й результат будет иметь место;

$n$  – номер вероятностного результата (для проекта 2:  $K_d = K_1 P_1 + \dots + K_n P_n = 2 \times 0,05 + 9 \times 0,20 + 12 \times 0,50 + 15 \times 0,20 + 26 \times 0,005 = 12$ ).

- для определения общего риска необходимо учитывать показатель вариации, который измеряет дисперсию величины стоимости;

Вариация:

$$K_e = \sum_{i=1}^n (K_i - K)^2 \times P_i$$

где  $K$  – ожидаемая норма доходов по всей группе инвестиций;  
 $K_i$  – ожидаемая норма доходов по  $i$ -й группе инвестиций;  
 $P_i$  – вероятность данного варианта (по проекту 2:  $K_v = (-2 - 12,0)^2 \times 0,05 + (9-12)^2 \times 0,20 + (12,0 - 12,0)^2 \times 0,50 + (15,0 - 12,0)^2 \times 0,20 + (26,0 - 12,0) \times 0,05 = 23,2$ ).

• определяем величину абсолютных рисков инвестиций:

$$K_u = \sqrt{\sum_{i=1}^n (K_i - K)^2 \times P_i} \text{ (для проекта 2: } K_u = \sqrt{23,2} = 4,8\% \text{ - норма дохода);}$$

• величину относительных рисков, т.е. расчет риска на единицу ожидаемого дохода определяется через коэффициент вариации:

$$K_o = K_u / K,$$

где:  $K$  – ожидаемая норма дохода (для проекта 2:  $K_o = 4,8/12 = 0,4$ ).

Проведенный анализ (табл. 1) показал, что более рискованным является проект 1, т.к. величина его относительного риска (коэффициент вариации) выше, чем у проекта 2.

### Список использованных источников

1. Горемыкин В.А., Старцева Т.Е. Инвестиционно-инновационная стратегия предприятия. Королёв, 2013.

*Гусев А.К.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Тимофеев М.И.<sup>2</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## КАК НЕ БЫТЬ КАРТЕЛЬНЫМ СГОВОРАМ В РОССИИ, КОГДА «ВСЕ СВОИ»?

**Аннотация.** Актуальность данной темы обусловлена тем, что многие проблемы нашей экономики происходят из-за коррупционного характера связей чиновничьего аппарата с управленцами важнейших отраслей экономики. В частности, эксперты указывают на высокий процент нарушений и преступлений, связанных с ценовыми или картельными сговорами в РФ.

Целью данных заметок стало исследование причин возникновения указанного явления. Сформулированы отрицательные последствия картельных сговоров и некоторые положительные. В статье показано, что прочные связи в конгломерате из наиболее активных функционеров советского истеблишмента и их приближенных возникли еще в самом начале Перестройки. В результате

<sup>1</sup> Гусев Андрей Константинович- кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и предпринимательства . АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>2</sup> Тимофеев Михаил Иванович- кандидат технических наук, доцент, профессор. АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

стратегические и наиболее ликвидные ресурсы оказались приватизированы неким Сообществом, которое действует по принципу «своим – всё, чужим – закон». Картельные сговоры распространились сверху вниз, что требует радикальных мер для того, чтобы навести элементарный порядок в нашей экономике. Кроме того, авторы расширили список угроз для картелей.

**Ключевые слова:** истоки картелей в РФ, ценовой сговор, сплоченные сообщества, плюсы и минусы картельных сговоров, угрозы для картелей.

*«Ценовые сговоры пронизывают всю российскую экономику, и наносят ей колоссальный ущерб». Forbes*

Сначала приведем определение свободной конкуренции: «Рынок свободной конкуренции представляет собой систему хозяйствования, которая свободна от любых внешних, посторонних вмешательств. Даже государство не регулирует процессы, протекающие на нем». [1].

При этом имеется в виду, что любой член демократического общества может в установленном порядке заняться предпринимательством с целью получения прибыли. Рыночная деятельность предусматривает, что в борьбе за потребителя акторы рынка ведут конкурентную борьбу по всем направлениям бизнеса – в том числе в менеджменте и маркетинге [2].

Конкурентная борьба, особенно на стадии первой «жизненного цикла товара» (вывода продукта на рынок), - это трудный, затратный и крайне рискованный процесс, зачастую требующий от предпринимателя напряжения всех его физических и интеллектуальных сил. Между тем, людям, как и другим высокоразвитым животным, свойственна потребность в экономии энергии [3]. Поэтому бизнесмены рано или поздно задумываются о том, что гораздо менее болезненным будет не бороться с конкурентами, а договариваться между собой. Сговор обычно происходит по поводу одинакового уровня цен, возможно, и о схожем уровне качества (и, как следствие, меньшей себестоимости продуктов), о разделе рынка, где «каждый будет возделывать свой сад». Так возникают картели и картельный сговор. Понятно, что при схожем уровне цен **большие** прибыли будет получать тот участник картеля, который совершенствует систему управления, борется за снижение издержек, повышает квалификацию персонала, производительность труда, уровень сервиса, систему стимулирования труда и пр. Нужно сказать, что и иностранные инвесторы, «добрые» Санта-Клаусы принесли вместе с деньгами и картельные технологии.

Впрочем, наш российский опыт классовой сплоченности не нов. Адам Смит в книге «Исследования о природе и причинах богатства народов», изданной в 1776 г., отмечал: «Лица одной профессии редко собираются вместе, даже просто повеселиться или отдохнуть, без того, чтобы их встречи не обращались в сговор против общества и в поиск того, как поднять цены» [4].

Сама цель предпринимательской деятельности – получение максимально возможного уровня прибыли. Но конкуренция как раз мешает повышению цен, и, соответственно, прибыли. Поэтому логичное продолжение конкурентной борьбы:

- в уничтожении конкурента путем его разорения;

- в политическом или криминальном давлении;
- в создании картеля «ценовой сговор»;
- в дружественном или не очень дружественном «присоединении».

Что касается последнего пункта, то нелепо обвинять предпринимателей в их стремлении увеличивать свой бизнес. Любой рост – естественное свойство любого создания, включая такой живой субъект, как бизнес-организация. Все усилия мотивированного менеджмента направляются на развитие и рост в полном соответствии с максимой древнеримского философа и финансиста Сенеки «Если рост прекратился, близок конец». Рост позволяет удовлетворять потребность менеджмента в самоутверждении: «Мы растем. Значит, мы делаем все правильно – мы молодцы!».

Негативные последствия образования картелей сгруппированы в таблице [5]:

*Таблица 1*

**Негативные и позитивные последствия образования картелей**

Негативные последствия (для общества)	Позитивные последствия (для участников сговора)
1) искусственный рост цен и раскачивание маховика инфляции;	1) повышение прибыли за счет роста цен;
2) вымывание новых, более качественных товаров;	2) снижение рисков в бизнесе;
3) меньший выбор товаров и услуг;	3) значительная защита от внешних и внутренних угроз;
4) недопущение на рынок новых игроков, стагнация рынка;	4) повышение эффективности за счет сокращения затрат на рекламу и издержек конкуренции;
5) удержание цены на аукционе [6];	5) экономия на маркетинге.
6) отсутствие у компаний стимулов для развития, инноваций, повышения эффективности;	
7) подрыв доверия общества к основам рыночной экономики и политике властей в этой области.	

Авторы добавляют в отрицательный список занижение и замораживание заработной платы работников, что ведет к потере стимулов трудящихся к обучению и повышению своей квалификации. А такое последствие, как усиление социальной напряженности в свете возрастающих внешних угроз для России тоже не улучшает наши перспективы.

Широко известны разоблаченные международные картели. Например, ФЕБ (электроламповый картель), в который входили Германия, Голландия, Великобритания, США. Они установили жесткий контроль над всем производством электрических ламп и разделение мирового рынка. В результате сокращен срок службы электролампочек.

В Международный форум производителей чая (International Tea Producers' Forum) входили Шри-Ланка, Индия, Кения, Индонезия, Малави и Руанда с целью увеличения спроса на чай и его стоимости.

Отметим, что фирма, имеющая низкие предельные издержки, и продающая большие объемы по невысокой цене, может не пойти на сговор, даже если

он сулит ей высокую прибыль. Дело в том, что увеличения цены иногда недостаточно для компенсации снижения объема выпускаемой продукции.

Надо сказать, что сговор крайне трудно доказать законодательно. И дело усложняется тем, что высокие чиновники не только берут взятки, но зачастую являются и латентными совладельцами многих ключевых предприятий в разных отраслях.

Разумеется, картели не защищены от угроз полностью. Приведем некоторые из них:

1) даже в том случае, когда все фирмы отрасли входят в картель, высокая норма отраслевой прибыли может привлечь новых конкурентов, и если барьеры для входа на рынок незначительны, картель не сможет удерживать высокие цены и объем прибыли в долгосрочном периоде;

2) возможные участники сговора, например, осознают организационную слабость картеля, поэтому внутренне готовы к предательству;

3) участники сговора изначально не полностью доверяют всем остальным. Сам факт участия в деле обмана государства или рынка потребителей свидетельствует о том, что фигуранты картеля не обременены особыми моральными «предрассудками». Соответственно, они не обольщаются и по поводу честности своих поделщиков;

4) возникновение межличностных конфликтов среди ключевых игроков картеля;

5) лица, заинтересованные в разрушении картеля, например, для образования своего на месте прежнего, могут организовать дезинформацию о том, что в картеле есть «кроты» или «крысы», нарушающие договор. При наличии свободной суммы порядка \$1-3 млн., поднять волну такой дезинформации не представляет особого труда. Для этого надо только обратиться к падким на сенсации СМИ, и к популярным блогерам;

б) компании, которые отказываются вступить в картель. К таким могут относиться организации, ценовая стратегия которых является работа «на обороте», а не на высокой норме прибыли;

7) мощные и влиятельные ОПГ, которые могут опосредованно входить в картель, но в любой момент могущие нарушить договор, и к которым остальные члены картеля не могут применить штрафные санкции;

8) возможность того, что кто-то под покровительством влиятельных госструктур захочет войти на данный рынок. С этой целью может быть организована провокация с целью получения неопровержимых доказательств картельного сговора;

9) освобождение от штрафа члена картеля при условии его добровольного раскрытия информации о картеле в соответствии с правительственной программой смягчения ответственности.

Иллюстрацией к этому стал следующий случай. ФСБ объявила о раскрытии крупнейшего в России картеля. По версии ФАС, десятки текстильных фабрик объединились для участия в торгах на поставку одежды для нужд МВД, ФСБ и таможни на общую сумму 3,5 млрд руб. [7]. По данным ведомства, в

условиях сговора прошли 18 открытых аукционов на общую сумму более 3,5 млрд. руб. Раскрыть схему работы картеля ФАС помогли признания некоторых из его участников, давших показания на условиях освобождения от ответственности. Кроме того, участники картеля настолько страх потеряли, что не уничтожали следы переписки между участниками сговора, в которой они обсуждали, кому достанется победа в конкретном тендере. Более того, некоторые заявки конкурса подавались с одних и тех же ip-адресов.

В подавляющем большинстве случаев организаторы картелей начинают с того, что ищут возможность «подстелить соломку». То есть, они прощупывают нужных людей в таких структурах, как отраслевые министерства и ведомства, силовые и контролирующие органы и пр., которые могут обеспечить «крышу». С другой стороны, на случай когда внутренние штрафы не будут действовать на нарушителей, бывает необходимым иметь связи с криминальными структурами.

А вот «золотой» скандал, обошедший все мировые СМИ. Учредители GATA (Gold Anti-Trust Action) подозревали, что на мировом рынке золота действует группа злоумышленников, объединенных в картель, который манипулирует ценами на золото (снижает их) [8]. Среди них оказались Казначейство США, Федеральный резервный банк Нью-Йорка (главный из 12 федеральных банков, составляющих ФРС США), Банк Англии, ряд крупнейших коммерческих и инвестиционных банков США и Западной Европы (здесь особо выделяется «Голдман Сакс» - инвестиционный банк Уолл-стрит).

В 2012 году выяснилось, что на мировом рынке активно идет торговля фальшивым золотом в виде вольфрамовых позолоченных слитков, хотя специалистам об этом стало известно еще в 2004 году [9]. Возникли подозрения, что в подвалах центральных банков и казначейств находятся груды вольфрама. В связи с этим, можно высказать опасение: хорошо, если наш ЦБ скупает золото у наших золотодобытчиков. А если у иностранных? Вольфрам, спору нет, тоже дорогой металл, но все же дешевле золота.

В случае возникновения спора о том, имеется ли место существованию картеля, необходимо ответить на два основных вопроса:

1) привел ли картель к повышению прибыли за счет завышенных цен? Про этот вопрос иногда вообще забывают. Для этого надо вспомнить, почему картели запрещены сами по себе? Потому что результатом их деятельности является повышение цен, от чего страдают потребители. Именно это предположение должно проверяться экономистами. Разве не может выясниться, что, предположим, прибыли участников данного сегмента на самом деле снизилась во время действия некоего картеля. Это может поставить под сомнение выводы ФАС России;

2) в достаточной ли мере прозрачен исследуемый товарный рынок?

Чтобы сделать выводы о картеле, участники рынка должны иметь возможность собрать информацию о деятельности их конкурентов. В случае, если только один участник рынка повысит цены, то он просто-напросто потеряет потребителей. Имеется в виду тот случай, если он повысит цены без повыше-

ния качества продукта, сервиса, либо каких-то других характеристик, представляющих ценность для целевых потребителей.

Отмечается, что установление жестких санкций в отношении участников картелей не способствует снижению противоправных деяний, поскольку получаемые участниками картельных сговоров сверхприбыли во много раз превышают штрафные санкции. Для квалификации картеля необходимы следующие условия:

- определить продуктовые и географические границы того или иного рынка, с целью доказать, что участники соглашения продают товар на одном и том же рынке;
- доказать, что производители или продавцы товара являются реальными конкурентами;
- доказать факт наличия соглашения, приводящего к пяти перечисленным выше видам последствий.

Основной способ получения прямых доказательств — внезапная проверка.

#### **Список использованных источников**

1. Свободный рынок: признаки, определение, примеры. URL: <http://fb.ru/article/221313/svobodnyiy-ryinok-priznaki-opredelenie-primeryi>
2. Решетов К.Ю., Мысаченко В.И. Конкурентоспособность в среде инновационного предпринимательства // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2015. – № 3(23). – С. 95–102
3. Тимофеев М.И. Психология менеджмента. – М.: РИОР, 2016, с.36
4. Сговор. Толковый словарь ОЭСР. Экономика предприятия. М.: Издательство. Весь Мир., 1997. С.1. URL: <http://infoteka.economicus.ru/index2.php?course=7553&podrazdel=29&res=435>
5. Современный картель: стимулы организации и политика государственного противодействия. URL: [econ.msu.ru/ext/lib/Article/x4c/x8c/19596/file/Modern\\_cartel](http://econ.msu.ru/ext/lib/Article/x4c/x8c/19596/file/Modern_cartel)
6. Белик Е. А., Солонинченко Т. С. Картельный сговор: новый взгляд на старую проблему [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Международ. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). — СПб.: Заневская площадь, 2014. — С. 1-3. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6713/> (дата обращения: 09.12.2017).
7. Сговор по всей форме: как работал крупнейший в России картель. URL: [https://rucompromat.com/articles/sgovor\\_po\\_vsey\\_forme\\_kak\\_rabotal\\_krupneyshiy\\_v\\_rossii\\_kartel](https://rucompromat.com/articles/sgovor_po_vsey_forme_kak_rabotal_krupneyshiy_v_rossii_kartel)
8. Золотой картель: кто управляет золотым рынком? URL: [http://finforum.org/page/index.html/\\_world/zolotoj-kartel-kto-upravljajet-zolotym-rynkom-r33064](http://finforum.org/page/index.html/_world/zolotoj-kartel-kto-upravljajet-zolotym-rynkom-r33064)
9. Золотые слитки из США содержат ВОЛЬФРАМ! URL: <https://fishki.net/1248182-zolotye-slitki-iz-ssha-soderzhat-volfram.html>

## **РОССИЙСКИЙ ОПЫТ КОЛЛЕКТИВНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ (на примере народных предприятий)**

**Аннотация.** Определены особенности такого вида коллективного хозяйствования как народное предприятие, его достоинства, правовое положение. Представлен сравнительный анализ результатов деятельности народного предприятия и «ненародных компаний».

**Ключевые слова:** народное предприятие, коллективное хозяйствование, социальная защищенность, кадровая политика.

Введение в систему российского гражданского законодательства Федерального закона от 19.07.1998 № 115-ФЗ «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» (далее – Закон о народных предприятиях) обусловлено причинами социально-экономического характера, осознанием обществом необходимости привлечь работников акционерных обществ к участию в управлении предприятиями, активизировать работников (от рабочего до руководителя) и таким образом попытаться ликвидировать их отчуждение от средств производства и конечных его результатов. Авторы закона исходили из следующего предположения. Работники предприятий в качестве их совладельцев будут заинтересованы в их эффективном развитии, во вложении прибыли в развитие производств в течение длительного времени.

Закон о народных предприятиях далек от совершенства, у него есть и достоинства, и недостатки. Главные его достоинства - возможность сохранения непубличного характера общества при соблюдении ряда условий, оговоренных в этом Законе, а также принятие решений общим собранием по принципу «один акционер - один голос». Работникам народного предприятия, должно принадлежать количество его акций, номинальной стоимостью более 75% его уставного капитала. Закон о народных предприятиях закладывает правовые условия недопущения оппортунистического поведения работников, улучшения морально-психологического климата на производстве, развития у работников-акционеров чувства эффективного собственника, способного взять на себя ответственность за результаты хозяйственной деятельности фирмы. Кроме того, в соответствии с Законом о народных предприятиях работникам таких предприятий предоставляется возможность формирования накопительной корпоративной пенсии.

При увольнении работники в соответствии с требованиями Закона о народных предприятиях продают предприятию его акции и получают накопленные за период работы на предприятии дополнительные средства. Таким об-

---

<sup>1</sup> *Дума Маргарита Николаевна* – студентка первого курса, направление «Экономика» АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

разом, заработная плата на народном предприятии является не только источником удовлетворения потребностей работников, но и источником дополнительных средств. Следовательно, ее значение как экономической категории на народном предприятии выше в сравнении с предприятиями других форм хозяйствования.

По мнению Г.С. Шапкиной, «целью закона о народных предприятиях является создание обществ с наиболее благоприятными условиями участия в них лиц, связанных с этими обществами трудовыми отношениями. Данный закон затрагивает не только особенности создания и правового положения таких обществ, но и вопросы прав и обязанностей акционеров, устанавливает дополнительные гарантии и способы защиты их интересов, в том числе путем ограничения участия в таких обществах лиц, не являющихся работниками предприятия».

Ряд членов экспертного сообщества считают, что принятие Закона о народных предприятиях обусловлено политическими причинами. Среди юристов, анализировавших данный закон, - немало специалистов, сделавших заключение о том, что народное предприятие является искусственным и нежизнеспособным образованием.

Так, по мнению одного из ведущих российских ученых в области гражданского права Е.А. Суханова, народные предприятия — это разновидность акционерных обществ, нежизнеспособная и не получившая сколько-нибудь серьезного распространения в современных условиях. По мнению Макаровой, народное предприятие нельзя рассматривать в качестве самостоятельной организационно-правовой формы. Как она отмечает в своем исследовании народное предприятие - это некое искусственно созданное предприятие, сочетающее черты акционерного общества и производственного кооператива, суть которого не соответствует сути акционерного общества.[ 1].

Многие экономисты сделали заключения о нежизнеспособности народных предприятий в современных условиях. По мнению некоторых авторов, использование данной организационно-правовой формы является в определенной мере возвратом к старым формам социалистических предприятий, что обуславливает их неэффективность и даже приносит вред экономике.

Однако можно не согласиться с позицией некоторых экономистов, рассматривающих народные предприятия как нежизнеспособные. Предприятия коллективных форм хозяйствования (в том числе и акционерные общества работников) в зарубежной практике хозяйствования заняли свою нишу достаточно давно и сегодня успешно функционируют в различных отраслях экономики. Российские народные предприятия (несмотря на их пока небольшое количество) способны успешно конкурировать с предприятиями иных организационно-правовых форм. Так, значения многих показателей деятельности акционерных обществ работников превышают значения таких же показателей предприятий, осуществляющих аналогичные виды деятельности и контролируемых инвесторами.

Действующее правовое поле создает неоправданные препятствия для становления российских народных предприятий. Поэтому попытки внесения

поправок в Закон о народных предприятиях предпринимались много раз. Единственная поправка, внесенная в текст Закона о народных предприятиях за его более чем 20-летнюю историю существования, - об отмене освобождения народных предприятий от уплаты регистрационного сбора - была сделана в марте 2002 г. Таким образом, какие-либо значимые изменения, востребованные народными предприятиями и обществом в целом, в Закон о народных предприятиях за все время его действия не вносились. Но, закрепление статуса акционерных обществ работников в ГК РФ в 2014г. открыл новый этап в развитии этих предприятий и новые для них перспективы.

Публикации о российских народных предприятиях, как правило, не дают точных ответов на вопросы об их количестве, региональных и отраслевых особенностях. Причины отсутствия роста сектора народных предприятий - не столько экономические, сколько политические и юридические, несмотря на положительное отношение официальных органов власти к предприятиям этой формы хозяйствования.

Народные предприятия РФ представлены в различных секторах экономики. Численность персонала большей части народных предприятий составляет менее 500 человек. Акционерные общества работников осуществляют деятельность в 19 субъектах РФ, причем почти половина из них (17) развивают деятельность в Липецкой области. Если говорить о показателях экономической эффективности, то субъекты коллективного предпринимательства демонстрируют устойчивую положительную динамику основных показателей.

Для ответа на вопрос являются ли акционерные общества работников более эффективными в сравнении с традиционными был проведен сравнительный анализ результатов деятельности в 2002—2012 гг. народного предприятия и «ненародных» компаний (все обследуемые компании занимаются производством картона и бумаги). Объектом исследования выступило акционерное общество работников «НП Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат имени С.П. Титова» крупнейшее предприятие по выпуску тары из гофрированного картона и санитарно-гигиенической бумаги. 100% акций комбината принадлежат членам его трудового коллектива, работники имеют право принимать управленческие решения.

Результаты сравнительного анализа позволили сделать вывод о том, что народное предприятие является стабильно развивающимся предприятием, подверженным кризисным явлениям в меньшей степени в сравнении с другими предприятиями отрасли, социально устойчивым и экономически эффективным. Предприятие демонстрировало социально-экономические показатели, уровни которых оказались более высокими в сравнении с показателями предприятий традиционных форм хозяйствования.

Отдельного внимания заслуживает такой показатель народных предприятий, как уровень и качество жизни их работников. Результаты исследований социальной сферы российских народных предприятий показывают достаточно высокий уровень социальной защищенности их трудовых коллективов. Анализ показывает, что народные предприятия берут на себя выполнение социальных функций государства по отношению к работникам и гражданам региона, на

территории которого они расположены, что позволяет не только защитить и сохранить трудовой коллектив в кризисных экономических условиях, но существенно снизить финансовую нагрузку на бюджеты разных уровней.

Эти предприятия решают бытовые проблемы персонала путем разработки и реализации программ улучшения жилищных условий работников, выдачи им кредитов на покупку жилья на льготных условиях, материальной помощи, строительства жилых домов на корпоративные средства. Средняя доля обеспеченных жильем работников в общей численности персонала российских народных предприятий составляет 95%. Кроме того, народные предприятия повышают квалификацию своих работников за счет корпоративных средств. Высокий уровень социальной защищенности на предприятии обуславливает благоприятный психологический климат в процессе производства и устойчивость трудового коллектива в любых условиях (даже кризисных).

На традиционных предприятиях наиболее значимый фактор - уровень заработной платы. В таких условиях причиной конфликтов в компаниях традиционной формы хозяйствования и последующих увольнений членов их трудовых коллективов является низкий уровень заработной платы. Степень же удовлетворенности работников коллективного предприятия многими условиями является более высокой по сравнению с предприятиями традиционной формы хозяйствования. Кроме того, члены коллектива народного предприятия характеризуются такими чертами, как более высокий уровень солидарности, исполнительности, целеустремленности, ответственности, стремления к получению новых знаний, гордости за свое предприятие, доверия к руководству. Одна из основных ценностей коллективного предприятия — доверие как между его работниками, так и между администрацией и трудовым коллективом. При этом его члены достаточно активно проявляют инициативу. Работник-акционер имеет возможность принимать участие в принятии решений по широкому спектру вопросов, касающихся управленческих и производственных процессов на предприятии (мотивация труда, качество продукции, улучшение условий труда, модернизация оборудования и т.д.).

Другие причины, отмеченные работниками традиционных компаний, - условия труда, график работы, отношения с руководителем, нехватка персонала, недостаточная квалификация. Для большинства же работников предприятия коллективной формы хозяйствования эти причины не являются значимыми. Высокую степень стабильности его коллектива демонстрирует такой показатель, как стаж работы его членов. Здесь этот показатель в значительной степени выше, чем в коммерческих организациях.

Таким образом, можно сделать вывод, что кадровая политика народных предприятий, как правило, предусматривает следующие условия работы членов трудового коллектива: высокий уровень заработной платы; постоянное повышение уровня производственной культуры; комфортное рабочее место, отвечающее всем требованиям безопасности в соответствии с установленными нормами; возможность обучения и повышения квалификации как на рабочем месте, так и за пределами предприятия; карьерный и профессиональный рост; социальная защита, забота о здоровье работника и его семьи. Народные пред-

приятия разрабатывают и принимают нормативные документы, регламентирующие процесс управления персоналом. Результаты исследований подтверждают следующий тезис. В рамках общей траектории эволюции структуры корпоративной собственности народные предприятия даже в условиях российской действительности демонстрируют эффективного коллективного собственника.

По итогу, можно отметить, что несмотря на наличие недостатков такой формы коллективного хозяйствования как народные предприятия (в том числе ограничение по численности во вновь создаваемом народном предприятии, наличие минимальной величины уставного капитала, установление нормы размещения акций среди внешних инвесторов и прочих) в условиях преобладания авторитарно-бюрократического стиля управления в экономике, предоставление некоторым предприятиям на законодательном уровне возможности развиваться на демократических принципах, даже несмотря на ограниченность их применения - это, безусловно, шаг вперед. Роль Закона о народных предприятия в достижении цели развития отношений экономической демократии в российских акционерных обществах является весьма существенной.

#### **Список использованных источников**

1. Дементьев В.Е. Коллективные формы хозяйствования: монография/ В.Е. Дементьев, Р.М. Качалов, Г.Б. Клейнер, О.П. Королев, Н.Б. Нагрудная, Р.И. Хабибуллин, 2017.

*Ермаков Д.Н.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

### **АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНУТРИФИРМЕННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТРУДА (на примере АО «НИИ «Полюс» имени М.Ф. Стельмаха)»**

**Аннотация.** в статье проанализировано внутрифирменное Положение о текущем премировании сотрудников Открытого акционерного общества «НИИ Полюс» имени М.Ф. Стельмаха». Ранее в сборнике Национального института бизнеса анализировалось Положение об оплате труда сотрудников ОАО «НИИ Полюс» имени Н.Ф. Стельмаха. В представленной статье мы рассмотрим Положение о премировании, выявим наличие юридического несоответствия, значительные изъяны в логике изложения и стилистике документа.

**Ключевые слова:** «заработная плата»; «премирование»; «условия труда»; «мотивация персонала»; «хозяйственный расчёт»; «премия».

Открытое акционерное общество «НИИ «Полюс» имени В.Ф. Стельма-

---

<sup>1</sup> *Ермаков Дмитрий Николаевич* - доктор экономических наук, доктор политических наук, профессор. АНО ВО «Национальный институт бизнеса». Почётный работник высшего профессионального образования РФ, Академик Российской академии естественных наук, Академик Российской академии социальных наук, Эксперт Росбнадзора, Эксперт Русского академического фонда, Член Гильдии маркетологов.

ха, относящейся к Государственной корпорации «РОСТЕХ» занимается производством лазерной техники невоенного назначения.<sup>1</sup> Автором, выступающего в качестве независимого эксперта, детально проанализированы действующие документы, курсором выделены недостающие слова и предложения в формулировках, замечания сделанные для кадровой службы предприятия.

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

1.1. Настоящее «Положение» разработано на основании Постановления Правительства Российской Федерации от 05.08.92 г. №552 (с изменениями и дополнениями). (далее – Положение). *Автором сделано замечание: указанное Постановление Правительства РФ утратило силу в связи с изданием Постановления Правительства РФ от 20.02.2002 N 121.*<sup>2</sup> Таким образом, Положение разрабатывалось без учёта новейших изменений законодательства.

1.2. «Положение» вводится в целях повышения материальной заинтересованности сотрудников *предприятия* в своевременном и качественном выполнении производственных заданий, повышения технического уровня разрабатываемых изделий, обеспечения и сокращения утверждённых в установленном порядке сроков создания и внедрения новой техники.<sup>3</sup>

*Целесообразно дополнить документ следующим пунктом: «1.2. Премирование - выплата работнику вознаграждения стимулирующего или поощрительного характера сверх основной части его заработной платы (оклада) (включаемая в расчет его среднего заработка) за интенсивность, высокие результаты и качество выполняемой работы и в соответствии с показателями (основаниями) премирования, установленными в локальных нормативных актах Общества».*<sup>4</sup>

1.3. Настоящее «Положение» определяет источники, условия и *показатели текущего премирования*,<sup>5</sup> порядок начисления, утверждения и сроки выплаты премий.

1.4. Премирование должно производиться за успешное выполнение работ, включённых в научно-тематические планы самостоятельных подразделений *предприятия* при своевременном и качественном выполнении договорных обязательств, *за содействие их выполнению (что значит «содействие»?- прим. авт.)*.

1.5. «Положение» распространяется на руководящих, научных, инженерно-технических работников тематических подразделений и служащих служб предприятия, обеспечивающих выполнение договорных обязательств.

<sup>1</sup> <https://www.polyus.info/> (Дата обращения: 12.12.2017 г.)

<sup>2</sup> В дальнейшем утратило силу и само Постановление Правительства РФ от 20.03.2002 г. № 121. См.: Постановление Правительства РФ от 01.12.2012 N 1244 "О признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации"// *Собрание законодательства РФ*", 10.12.2012, N 50 (ч. 6), ст. 7062.

<sup>3</sup> Необходимо соотнести с Положением об оплате труда ОАО «НПО «Полус» имени М.Ф. Стальмаха.

<sup>4</sup> Кроме того, в данном Положении говорилось об Обществе; здесь – предприятие!

<sup>5</sup> Автор просит представителей кадровой службы конкретизировать термин: «показатели текущего планирования».

По мнению автора, данная формулировка не совсем корректна. Предлагается изложить пункт 1.5. в следующей формулировке:

*«1.5. Положение распространяется на: научных, инженерно-технических работников самостоятельных хозрасчётных тематических подразделений; инженерно-технических работников подразделений аппарата управления, обеспечивающих хозяйственные службы; руководящих работников аппарата управления Общества, руководителей структурных подразделений и обеспечивающих служб.»*

1.6. Текущее премирование коллективов структурных подразделений и отдельных сотрудников *предприятия* по настоящему «Положению» производится при условии достаточного финансирования НИОКР заказчиками.

1.7. Текущее премирование включается в расчёт среднего заработка сотрудника.

Предлагается дополнить «Положение» пунктом 1.8:

*«1.8. Круг премируемых в соответствии с настоящим «Положением», отличающихся источниками средств, условиями текущего премирования, порядком начисления и утверждения премий делится на следующие группы:*

*научные, инженерно-технические работники самостоятельных хозрасчётных тематических подразделений;*

*инженерно-технические работники подразделений аппарата управления, обеспечивающих и хозяйственных служб, находящихся на накладных расходах;*

*руководящие работники аппарата управления предприятия, руководители самостоятельных подразделений и обеспечивающих служб».* Важно скорректировать п. 1.5 и п. 1.8. Положения в целях исключения их противоречивости друг другу.

## **2. ПРЕМИРОВАНИЕ СОТРУДНИКОВ ТЕМАТИЧЕСКИХ ХОЗРАСЧЕТНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ**

2.1. За качественное и своевременное выполнение *работ тематического плана* сотрудникам хозрасчётных подразделений может начисляться премия.

В предложении явно страдает стилистика. Целесообразно изложить следующим образом: «

*2.1. За качественное и своевременное выполнение тематических работ сотрудникам хозрасчётных подразделений может начисляться премия».*

2.2. Необходимым условием начисления премии является либо отсутствие дефицита оборотных средств, либо безусловное выполнение утвержденного директором производственно-финансового плана по работе, в рамках которой начисляется премия». <sup>1</sup>

2.3. Премия начисляется по результатам работы за оговоренный в приказе период времени - месяц, квартал, год. Если в приказе период времени не оговаривается, то он принимается равным году. <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Однако, в Положении об оплате труда речь шла о выручке + говорилось о финансировании заказчиком.

<sup>2</sup> Но это противоречит Положению об оплате труда: там нет понятия годовой премии, а только разовая

2.4. Премия начисляется по представлению руководителя хозрасчетного подразделения и оформляется приказом по институту.<sup>1</sup>

2.5. Если премируемое хозрасчётное подразделение не является темодержателем, то представление о премировании обязательно согласовывается с руководителем подразделения-темодержателя.<sup>2</sup>

2.6. Служебная записка на премирование должна быть представлена директору института (*в Положении об оплате называется генеральному директору*) не позднее последнего рабочего дня периода, за который предполагается премирование.

2.7. Размер премии, если он не нарушает выполнение условий п.2.2. настоящего Положения, по выполненным работам (этапам) не ограничен, а по текущим этапам не может превышать должностного оклада.<sup>3</sup>

Совершенно неясен пункт 2.8.: «Премирование сотрудников не должно приводить к уменьшению уровня рентабельности по работе, установленного приказом №491 от 25.09.01 г.»

2.8. Самостоятельное хозрасчётное подразделение вправе представить на утверждение директору института (*генеральному директору?*) дополнительно свое положение о премировании, не противоречащее настоящему «Положению», с конкретизацией показателей для расчёта премии.<sup>4</sup>

Не совсем ясен смысл пункта 2.9.: «Расходы на премирование по пп.2.1-2.8. относятся на затраты по работе, по которой премия начисляется, либо на собственные накладные расходы подразделения».

2.10. По законченной и полностью оплаченной работе (этапу работы) руководителю подразделения-темодержателя выплачивается премия в размере 4% от прибыли по работе (этапу), оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов.<sup>5</sup>

2.11. Руководитель подразделения-темодержателя вправе внести предложение о премировании сотрудников, выполнявших работу, в пределах суммы, определяемой долей средств, выделенных на премирование, согласно смете фонда потребления на текущий год.<sup>6</sup>

В пункте 2.13. мы наблюдаем полное противоречие в Положении об оплате труда! Премия по пп.2.11., 2.12. выплачивается за счет прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов.

---

и квартальная!

<sup>1</sup> Опять противоречие с Положением об оплате труда: там говорится, что премия назначается по решению генерального директора и по представлению руководителя подразделения. Причем понятия «хозрасчетное подразделение» в указанном Положении нет.

<sup>2</sup> Нет ни здесь, ни в Положении об оплате труда расшифровки понятия «темодержатель».

<sup>3</sup> А зачем тогда п.6.3.7. Положения об оплате труда? Напомним его формулировку: «Суммарный премиальный фонд/фонд премирования структурных подразделений (ПрФонд) за истекший квартал формируется в результате превышения реализованной выручки за поставленную продукцию (ВФ) над плановой выручкой (ВП) по следующей формуле:  $ПрФонд = СДО * (ВФ / ВП - 1)$ » почему ВП-1, если в тексте ВП?

У автора возникают следующие вопросы: Вопросы: 1) почему премиальный фонд формируется из выручки, а не из прибыли?

2) плановая выручка как рассчитывается? Она заранее занижается для формирования премиального фонда?

<sup>4</sup> Опять непонятно: зачем тогда п.6.3.7. Положения об оплате труда?

<sup>5</sup> Откуда этот пункт и как он связан с Положением об оплате труда?

<sup>6</sup> Не ясен смысл предложения.

### **3. ВЫПЛАТА НАДБАВОК И ДОПЛАТ СОТРУДНИКАМ *ИНСТИТУТА*** **(напомним, речь в Положении об оплате труда шла об Обществе)**

3.1. За дополнительный объем работ, высокое личное мастерство и по другим основаниям, предусмотренным действующим *российским* законодательством, сотрудникам *института* может устанавливаться доплата (надбавка) к должностному окладу как постоянного, так и разового характера.

3.2. Приказ об установлении доплаты (надбавки) оформляется по представлению руководителя подразделения до начала периода, на который доплата (надбавка) оформляется.

3.3. Необходимым условием установления доплаты (надбавки) сотруднику *хозрасчетного подразделения* является выполнение условий по пп. 2.2., 2.8.<sup>1</sup>

### **3. ЕЖЕКВАРТАЛЬНОЕ ПРЕМИРОВАНИЕ СОТРУДНИКОВ, (ЗАРПЛАТА КОТОРЫХ ОТНОСИТСЯ НА НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ *ИНСТИТУТА* - дополнено автором)<sup>2</sup>**

4.1. Для всех подразделений, в которых зарплата сотрудников относится на накладные расходы Института, устанавливается единый показатель для расчета размера квартальной премии - полученная прибыль за прошедший квартал, оставшаяся в распоряжении (предприятия?) после уплаты налогов (чистая прибыль).<sup>3</sup>

4.2. Квартальная премия устанавливается пропорционально полученной прибыли за прошедший квартал, при этом размер премии, равный сумме должностных окладов с учетом постоянно действующих персональных доплат и надбавок, соответствует полученной за истекший квартал прибыли, равной 25% от запланированной на текущий год, согласно утвержденным сметам потребления и накопления.<sup>4</sup>

4.3. Общая сумма квартальных премий, выплаченных любому сотруднику в течение года, согласно данному «Положению», не должна превышать шести окладов с учетом постоянно действующих персональных доплат и надбавок.<sup>5</sup>

4.4. Премия подразделения может быть уменьшена, если по его вине в истекшем квартале произошли события, приведшие к штрафам, убыткам или уменьшению запланированной прибыли.

4.5. Премия подразделения может быть уменьшена также в случае обоснованных письменных претензий со стороны администрации *института* либо подразделений *института* к качеству работы данного подразделения.<sup>6</sup>

4.6. При наличии *событий*, оговоренных в пп. 4.4., 4.5., размер премии

<sup>1</sup> Нет нигде расшифровки понятия *хозрасчетного подразделения*. Надбавки и доплаты – одно и то же? В Положении об оплате надбавка определяется через доплату. Тогда почему здесь надбавки и доплаты? Их четкий перечень не приведен!

<sup>2</sup> Однако, о таких сотрудниках в Положении об оплате труда ничего не говорится!

<sup>3</sup> А как же выплата премий из выручки? Этот пункт никак не согласуется с Положением об оплате труда

<sup>4</sup> Пункт требует разъяснения и согласования с Положением об оплате труда

<sup>5</sup> Об этом ничего не говорилось в Положении об оплате труда.

<sup>6</sup> Надо объединить с п.4.4.

подразделения не может быть больше 80% от суммы должностных окладов с учетом постоянно действующих персональных доплат и надбавок.<sup>1</sup>

4.7. Руководитель подразделения *вправе* внести предложение по дифференцированию премии между сотрудниками подразделения исходя из качества работы в пределах установленного в пп.4.2-4.6. фонда премирования. В отсутствии событий, оговоренных в пп.4.4., 4.5., дифференциация размера премии не должна превышать 20%.

4.8. Решение о премировании принимает Хозрасчетная комиссия. Исходные данные для хозрасчетной комиссии готовит зам. директора по экономическим вопросам.<sup>2</sup>

4.9. Затраты на премирование относятся на накладные расходы института текущего квартала.<sup>3</sup>

4.10. Ежеквартальное премирование, установленное настоящим «Положением», не исключает начисление разовых и *иных премий за дополнительный объем работ, выходящий за пределы текущих служебных обязанностей. О чём данный пункт?!*

## 5. ХОЗРАСЧЕТНАЯ КОМИССИЯ

5.1. Хозрасчетная комиссия образуется из представителей администрации, профкома и руководителей ведущих подразделений. Председателем комиссии является генеральный директор. Состав комиссии назначается приказом по институту.

5.2. Заседания хозрасчётной комиссии проводятся ежеквартально в течение 10 рабочих дней после сдачи квартального (годового) баланса.

5.3. Хозрасчётная комиссия рассматривает:

квартальные (годовые) итоги финансово-хозяйственной деятельности института в целом и обособленных, разрабатывающих и производственных подразделений;

дефицит оборотных средств в подразделениях и предложения по его устранению;

состояние с незавершённым производством и принимаемым мерам по уменьшению «незавершёнки»;

балансовую прибыль и расходование её за отчётный период; установление премии общефункциональным подразделениям и подразделениям АУП;

необходимость реорганизации подразделений при наличии веских оснований.

По Хозрасчётной комиссии возникает ряд замечаний: зачем об этом здесь писать, если это есть в Положении об оплате труда?

Общие замечания Положения о премировании следующие:

- не соответствует Положению об оплате труда;

<sup>1</sup> Нет нигде обоснования 80 процентов.

<sup>2</sup> Но в Положении говорится о том, что Генеральный директор принимает решение о премировании на основании данных Хозрасчетной комиссии!

<sup>3</sup> Противоречит Положению об оплате труда!

- нечетко прописаны виды премий и их источники;
- надбавки и доплаты, по мнению кадровой службы Института, тоже относятся к премиям?
- рекомендуется полностью исключить раздел о Хозрасчетной комиссии;

### **Список использованных источников**

1. Конституция Российской Федерации. Одобрена на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.
2. Трудовой кодекс РФ// Собрание законодательства Российской Федерации от 7 января 2002 г. N 1 (часть I) ст. 3, в "Парламентской газете" от 5 января 2002 г. N 2-5
3. Постановление Правительства РФ от 20.03.2002 г. № 121. См.: Постановление Правительства РФ от 01.12.2012 N 1244 "О признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации"// Собрание законодательства РФ", 10.12.2012, N 50 (ч. 6), ст. 7062.

*Звонарёва Н.С.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Московский гуманитарный университет»*

## **ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

**Аннотация:** в статье проводится анализ основных источников финансирования деятельности субъектов малого бизнеса в России и за рубежом. Дается краткая характеристика текущего состояния отечественного малого бизнеса. Рассматриваются основные проблемы финансирования субъектов малого предпринимательства в России.

**Ключевые слова:** малый бизнес, источники финансирования, кредит, государственная поддержка, собственные источники.

Опыт стран с развитой экономикой показывает, что высокий уровень развития субъектов малого бизнеса в стране является одним из показателей успешного развития национальной экономики в целом.

К субъектам малого предпринимательства (далее – СМП) в соответствии с российским законодательством относятся те организации и индивидуальные предприниматели, которые удовлетворяют критериям, отраженным в статье 4 Федерального закона от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и постановлением Правительства РФ от 4 апреля 2016 г. №265 (рис. 1) [1, 2].

---

<sup>1</sup> Звонарёва Наталья Сергеевна – преподаватель кафедры экономических и финансовых дисциплин, заместитель декана факультета экономики и управления АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

**размер выручки — поступления от реализации товаров, работ или услуг (без учета НДС)**

- не более 800 млн. руб. для малых предприятий;
- не более 120 млн. руб. для микропредприятий

**среднесписочная численность работников**

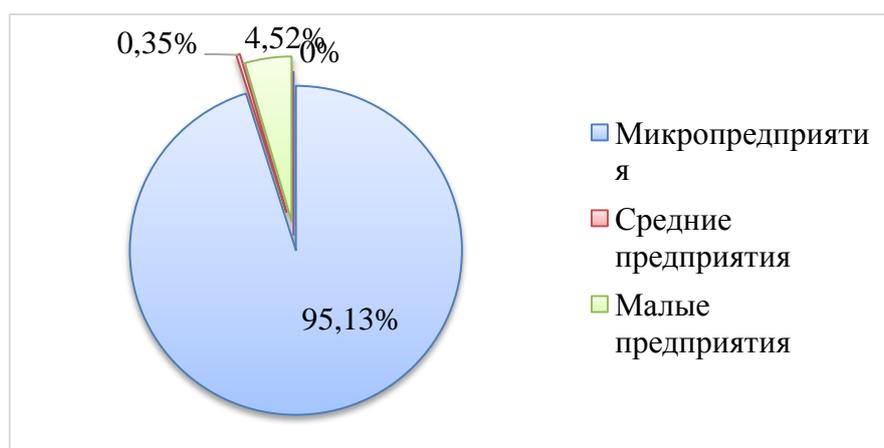
- не более 100 человек для малых предприятий;
- не более 15 человек для микропредприятий

**состав учредителей**

- доля участия юридических лиц либо государственных образований в уставном капитале ограничена.

*Рисунок 1. Критерии отнесения организации к СМП*

По состоянию на конец I квартала 2017 года в едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства в России зарегистрировано около 6 млн. субъекта малого и среднего предпринимательства, основную долю среди которых занимают микро-предприятия (рис. 2) [6].



*Рисунок 2. Структура субъектов МСП в России, 2017 г.*

Стоит отметить, что в России малый бизнес в настоящее время все еще не занимает ту роль, которая на него возлагается в развитых экономиках. Так, доля СМП в общем размере произведенного ВВП оценивается не более чем в 10%, в то время как в европейских странах этот показатель составляет более 70%, в США – около 50%. Данная ситуация обусловлена как характерными особенностями развития малого бизнеса, так и экономическими и политическими условиями в стране.

Среди основных причин подобной отсталости от развитых стран можно назвать и несовершенство законодательства и налоговой системы, и значительные административные барьеры, нехватка высококвалифицированных кадров и т.п. Но одной из важнейших причин медленного развития малого бизнеса в России являются особенности финансирования его деятельности и отсутствие действенных механизмов его повышения.

Следует отметить, что финансирование деятельности субъектов малого предпринимательства в России и за рубежом существенно различается, в первую очередь тем, что, к примеру, в европейских странах кредитные организации более заинтересованы в финансировании данного сектора экономики (табл. 1).

*Таблица 1.*

Источники финансирования деятельности субъектов малого бизнеса в России и странах ЕС, %.

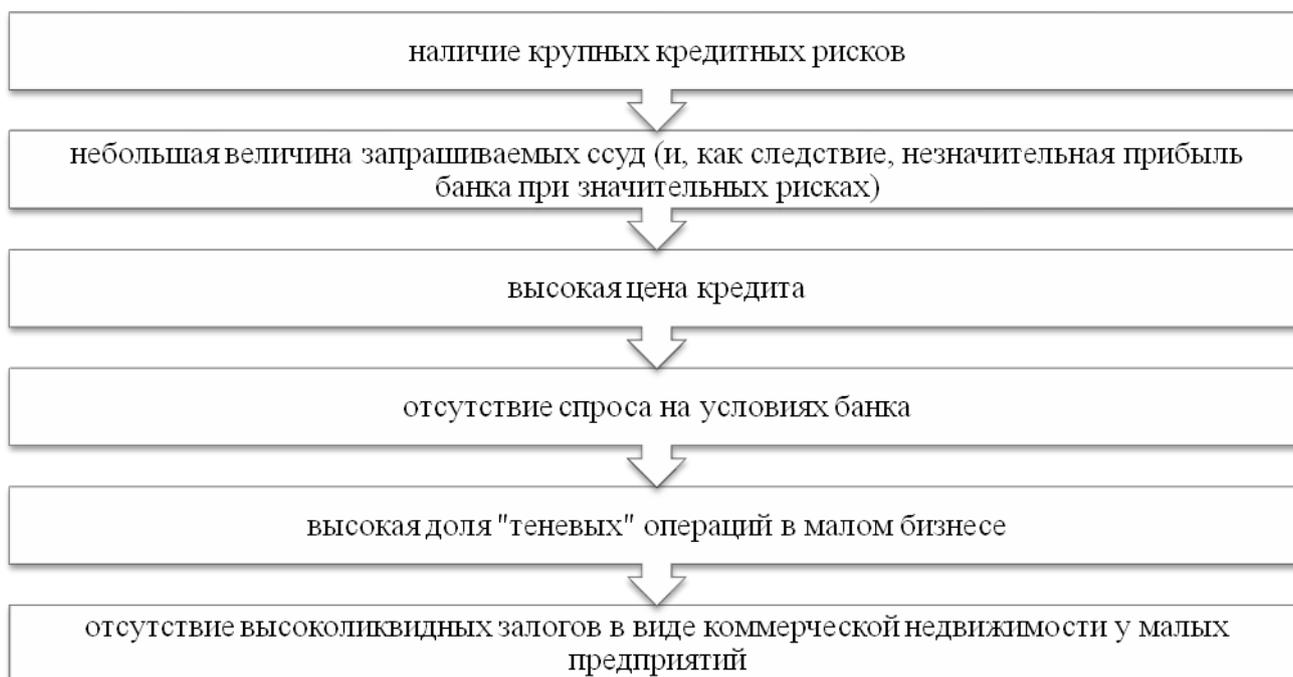
Источник финансирования	Доля источника финансирования	
	Россия	Страны ЕС
Собственные источники	35	7
Кредиторская задолженность	14	-
Банковский кредит для юридических лиц	21	60
Банковский кредит для физических лиц	15	-
Займы небанковских кредитных организаций	7	2
Лизинг	6	25
Государственная поддержка	2	2
Венчурные фонды	-	4

Как видно из представленной выше таблицы, основным источником финансирования деятельности для отечественных СМП являются собственные доходы (35%), в то время как их зарубежные коллеги чаще прибегают к использованию банковского кредитования (60%) и лизинга (25%) [4].

Одно из основных отличий малого предприятия от крупного в области финансирования деятельности – использование, в первую очередь, внутренних источников: прибыль организации и личные средства владельца. Здесь следует иметь в виду негативные последствия использования в качестве преимущественного источника финансирования деятельности собственных средств – повышение риска банкротства на этапе становления организации, а также трудности дальнейшего расширения производства.

При этом, по результатам многочисленных опросов предпринимателей, являющихся субъектами малого бизнеса, возможность привлечения внешних источников финансирования у них крайне мала. По сведениям экспертов, удовлетворение заявки на получение кредита на открытие или расширение малого бизнеса в России получают не более 30% заявителей, а микрокредитование до-

ступно только 10%. Данная ситуация обусловлена несколькими факторами (рис. 3).



*Рисунок 3. Проблемы кредитования малого бизнеса в России.*

В целом, отечественные банки крайне неохотно выдают кредиты малому и среднему бизнесу – например, «Почта банк» вообще этого не делает, в других банках ставки доходят до 16–19%. Во многих банках получить кредит на открытие бизнеса практически не представляется возможным по причине высокой рискованности подобной сделки для банка, а также переориентацией крупнейших банков на кредитование крупных компаний на фоне ограничения доступа к зарубежному фондированию.

Отдельно стоит упомянуть еще одну причину низкого интереса банков к кредитованию субъектов малого бизнеса – высокий риск просрочки платежей. Так, по данным за 2 квартал 2016 года доля просроченной задолженности в совокупном портфеле кредитов малого и среднего бизнеса составила 15,2%, что на 6,3% превышает аналогичный показатель в розничном сегменте и на 9,9% – в кредитовании крупного бизнеса (рис. 4).

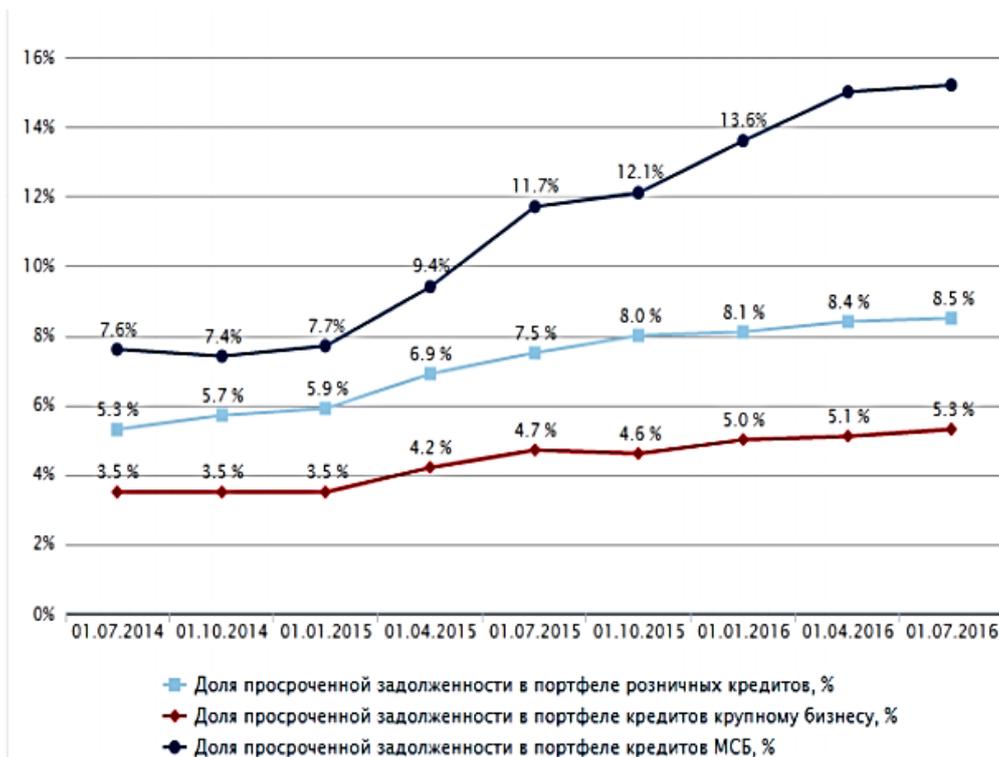
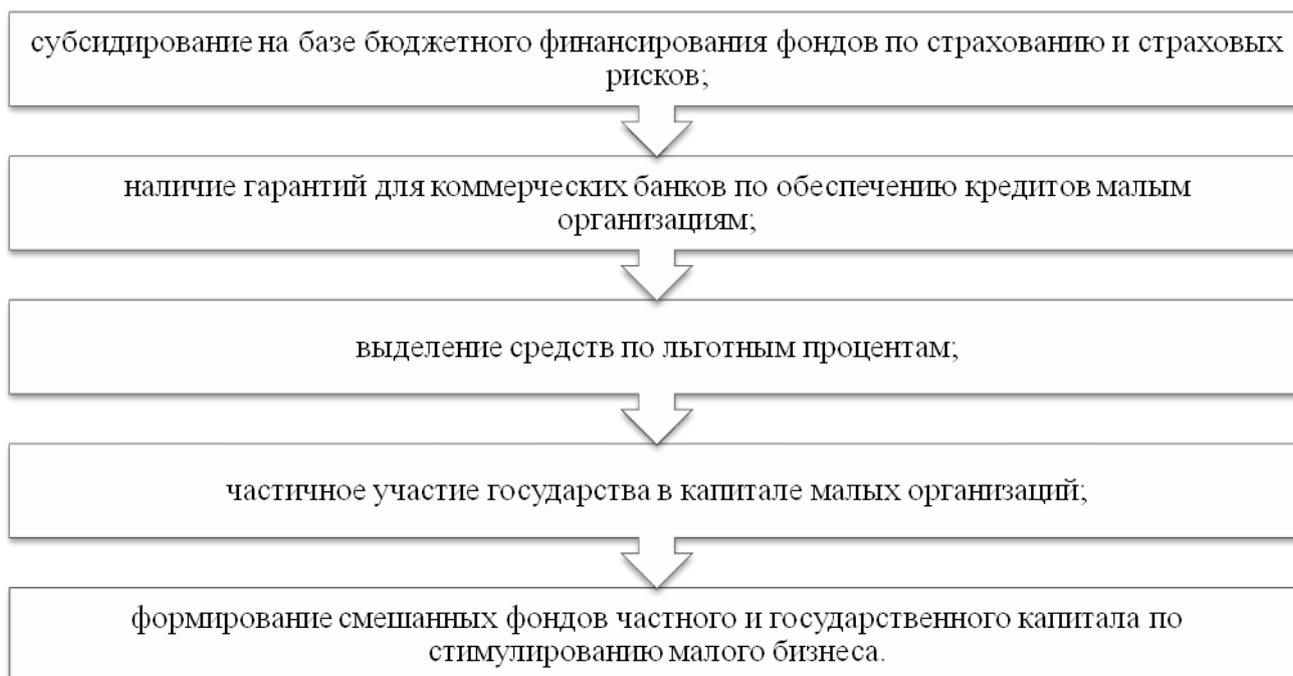


Рисунок 4. Доля просроченной задолженности за 2 квартал 2016 г. [7]

В рассматриваемой теме отдельного упоминания заслуживает высокий уровень государственной поддержки малого бизнеса в зарубежных странах, которая выражается как в прямой помощи путем предоставления субсидий (например, в Германии субсидии для малого бизнеса составляют около 4 млрд. евро ежегодно), так и косвенными методами, например различными льготами, в сфере налоговой политики. Например, в США действуют льготные ставки налога на доходы до 16 тыс. долларов, 15% налог на первые 50 тыс. долларов и 25-процентный на следующие 25 тыс. Сверх этой суммы действует максимальная ставка – 34%.

Так или иначе, практически все страны с развитой рыночной экономикой используют методы поддержки малого бизнеса: создание отдельных государственных структур; программы финансовой помощи; налоговые льготы; помощь государства в получении заказов; оказание управленческой и технической помощи; антимонопольное регулирование и т.п. [5].

Из перечисленных направлений наиболее важным остается выделение государством финансовых средств для поддержки малому бизнесу (рис. 5).



*Рисунок 5.* Финансовые методы по стимулированию малого бизнеса

В целом можно отметить, что финансовая структура малых предприятий отличается следующими особенностями: недостаток собственных средств; ограниченный доступ к кредитам в отличие от крупных фирм; нерегулярность финансирования. Недостаток собственных средств, невозможный в рамках отдельного малого предприятия, в сочетании с невозможностью привлечь внешнее финансирование нередко ограничивают масштабы перспективного бизнеса, что обуславливает необходимость государственного стимулирования развития малого бизнеса [3].

#### **Список использованных источников**

1. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Текст] // Российская газета. – 31.07.2007. – №164.
2. Постановление Правительства РФ от 4 апреля 2016 г. №265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [Текст] // Российская газета. – 11.04.2016. – №6944.
3. Ведман В. А. Особенности финансово-экономической поддержки малого бизнеса и предпринимательства в Узбекистане [Текст] // Молодой ученый. — 2016. — №10. — С. 636-639.
4. Суходолов А.П. Особенности финансирования субъектов малого бизнеса с применением лизинговой схемы [Текст] // Известия ИГЭА. – 2011. – 33 (77). – С. 22-25.
5. Фрыгин А.В., Музалев С.В. Отдельные аспекты обеспечения результативности и эффективности формирования доходов бюджетов на государственном и муниципальном уровне [Текст] // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие).

– 2015. – Т. 6. № 3-1 (23). – С. 46-49. <https://cyberleninka.ru/journal/n/izvestiya-baykalskogo-gosudarstvennogo-universiteta>

6. Количество малых и средних компаний возросло на 7,3% с августа 2016 года // ТАСС. – 19.04.2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/msp/4193880> (дата обращения 17.12.2017).

7. Обзор рынка кредитования малого и среднего бизнеса в России // Фонд поддержки малого бизнеса. IPС GmbH для ЕБРР. – 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rsbf.org/> (дата обращения 17.12.2017).

*Ильюк В.В.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **ИНЖЕНЕРНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ, КАК ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Аннотация.** Рассмотрена зависимость образования молодежи и перспектива развития наукоёмких высокотехнологичных предприятий. Определена потребность в более тесном взаимодействии научно-производственной сферы и образовательных учреждений.

**Ключевые слова:** наукоёмкие интегрированные структуры, высокотехнологичное предприятие, научно-производственный комплекс, кластер, технопарк, инновации, кадровые ресурсы, кадровый потенциал, проблемы образования, инженерное образование, конкурентоспособность, инновационное развитие.

Динамика развития экономики в современном мире и эффективное использование кадрового потенциала в современных наукоёмких интегрированных структурах и в высокотехнологичных предприятиях возможно только при наличии межуровневого и межведомственного взаимодействия, которое в наибольшей степени способно удовлетворить реальные социальные запросы в профессиональной подготовке современной молодёжи. С учетом отсутствия в нашей стране глобальной системы планирования в сфере системы образования по подготовке будущих специалистов для наукоёмких и высокотехнологичных предприятий, потребность приведения профподготовки в соответствие с запросами общества, с учетом «старения» ключевых специалистов - основных носителей знаний на производствах и в учебных заведениях среди преподавательского состава, становится как никогда актуальной [12].

Так, по наблюдениям автора, на текущий момент средний возраст работников в области педагогики составляет 44-48 лет, что в целом неплохо. Однако, работающие пенсионеры образовательных учреждениях составляют долю до 21% от общего количества преподавателей, в школьных учреждениях

---

<sup>1</sup> *Ильюк Владимир Викторович* - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономической теории и актуальных проблем экономики» АНО ВО «Национальный институт бизнеса», заместитель директора ГБОУ школа №1384 имени А.А. Леманского по общим вопросам и комплексной безопасности.

этот показатель составил около - 25%. В сравнении с 5%-ой долей имеющих штатных молодых преподавателей и долей пенсионеров в 21-25% указывает на то, что в ближайшем будущем учить детей будет некому. Особое волнение вызывает растущая текучка учителей в школах и сокращение учебной нагрузки и штатов преподавательского состава в ВУЗах. В ряде учебных заведений стремительно снижается качество образования и качество самого образовательного процесса. Не смотря на издание в нашей стране ряда законодательных актов в области развития кадрового потенциала, в том числе в части инженерных профессий, ситуация с профессиональными компетентными кадрами для высокотехнологичных отраслей с каждым годом становится всё более критична [5,23].

Приоритетность в необходимости решения проблемы качества инженерных кадров обозначена Президентом России на заседании Совета при Президенте по науке и образованию. Он заявил, что это становится одним из ключевых факторов создания конкурентоспособности государства и основой для его технологической, экономической независимости. Так, указом Президента РФ «О долгосрочной государственной экономической политике» к 2020-му году будет проведено создание и модернизация 25 млн. высокопроизводительных рабочих мест [26]. Следует заметить, что дополнительно к этому в области кадровой политики в Послании Федеральному собранию В.В. Путин обозначил в рамках формирования новой приоритетной Национальной технологической инициативой использование опыта разработки и практического внедрения трансдисциплинарной системы непрерывной подготовки кадров «Школа – Вуз – Предприятие». Чтобы подготовка специалистов для наукоёмких отраслей в этой системе имела действительно профессиональную направленность, необходимо присутствие представителей науки, промышленности и производства на всех этапах процесса обучения и образования порастающего поколения [17,19].

Продуктивность сквозного подхода в образовании, нацеленного на работу с подрастающим поколением, на создание заинтересованности государства и коммерческих структур в формировании кадрового потенциала будущего поколения специалистов повышается при условии целевой ориентации на конечный продукт – на получение практического и научного профессионального образования, которое будет представлять равную ценность для всех заинтересованных сторон интеграционной системы «образование – наука – производство» [10;11].

Задачи, которые ставит перед нами государство в области повышения конкурентоспособности и обороноспособности требуют выработки новых подходов к системе образования, направленных на подготовку компетентных специалистов инженерного профиля для высокотехнологичных и наукоёмких отраслей промышленности [7,16]. Решением этих задач может являться создание для каждого кластера высокотехнологичных отраслей промышленности целевых инновационных образовательных комплексов, позволяющих объединить вокруг инновационной идеи общеобразовательные учреждения, органы управления образованием; различные структуры системы подготовки и переподго-

товки педагогических и руководящих кадров; академическую науку, представленную соответствующими структурами ВУЗов. При этом высокотехнологичный кластер может заблаговременно составить расчет необходимого для себя количества будущих специалистов в различных профессиональных направлениях от наладчика и экономиста, до кадрового работника и специалиста по НИОКР [9,10,11].

Подобный подход позволяет удовлетворить: сформировать у учащихся интерес к химии, физике, математике, биологии, и показать их значимость в дальнейшей профессиональной жизни; даёт возможность школьникам осознанно подойти к выбору ВУЗа и к выбору будущей профессии; запросы общества (повышение качества профильного образования); запроса государства (обеспечение конкурентоспособной экономики высококвалифицированными кадрами, в том числе в инженерном направлении для высокотехнологичных отраслей).

Развитие более тесного взаимодействия образовательных учреждений и промышленных организаций заставит переосмыслить многие закономерности и принципы развития научного, производственного и образовательного сотрудничества, в условиях интеграции образования, науки и производства. Такое сотрудничество заключается в совместной интеграции усилий и ресурсов (материальных, информационных, интеллектуальных) всех участников непрерывной подготовки профессиональных кадров, отвечающих требованиям работодателя [13]. В начале такого сотрудничества кадровая работа начинает проводиться со школьником, в итоге промышленность получает высокопрофессионального, мотивированного, гарантированно трудоустроенного работника высокотехнологичного конкурентоспособного предприятия [12; 22].

Викуленко А.Е. со своими коллегами справедливо утверждает, что в результате такого взаимодействия может образоваться новая экономическая структура, обладающая синергетическим эффектом (на момент времени  $t$ ) –  $P_{ct}$ , превышающим алгебраическую сумму эффектов объединяющихся предприятий [3]:

$$P_{ct} = P_{cmt} - (P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_i) * t \quad (1),$$

где:  $P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_i$  – эффекты самостоятельного, автономного функционирования предприятий, а  $P_{cmt}$  – (прибыль) эффект от их совместной деятельности,  $i$  – количество объектов взаимодействия,  $t$  – момент времени.

Высокотехнологичные наукоёмкие предприятия уже сейчас испытывают ряд трудностей в подборе квалифицированного персонала для инновационной деятельности [1,6]. Ряд выпускников даже в прошлом престижных ВУЗов уже не устраивают работодателей в профессиональной подготовке.

Анализ основных продуктов системы высшего образования показывает, что они включают выпускников и научные исследования, в том числе научные статьи, монографии, диссертации, патенты и пр.. При этом факторами производства выступают персонал, оборудование и люди, поступающие в ВУЗы. Это может быть выражено производственной функцией вида.

$$L = f(Q, K, M, H) (2).$$

где L – продукт образовательной системы; Q – количество выпускников; K – обучающий персонал; M – использованное оборудование, здания и ресурсы; H – количество людей, поступающих в технические ВУЗы для высокотехнологичных отраслей.

Так госкорпорацией «РОСНАНО» в рамках трансдисциплинарной научно-образовательной системы непрерывной подготовки кадров по заказу предприятий реальных секторов экономики в период с 2010 г. по 2015 г. были разработаны и реализованы программы профессиональной переподготовки и повышения квалификации, а также реализован и применён специальный курс для школьников «Основы нанотехнологий», которые обеспечили межпредметные связи и дали возможность изучить смежных дисциплины на практическом, профильном уровне. В последующем при планомерной реализации этой научно-образовательной системы непрерывной подготовки кадров только за последние 15 лет подготовлено более 15 тысяч инженерных кадров для различных отраслей промышленности, из них защитили кандидатские диссертации – более 200 человек, и диссертации доктора наук – около 40 человек [4].

Департамент образования города Москвы в 2015-м году запустил ряд проектов по будущей профессиональной подготовке школьников: «Инженерный класс в московской школе», «Медицинский класс в московской школе», «Курчатовский класс в московской школе», «Академический класс в московской школе». Инженерный класс – в современной школе является основной формой получения школьного инженерного образования. При создании инженерного класса в школе решается двойная задача: с одной стороны, разрабатываются курсы, основанные на проектном подходе к обучению, российских и международных стандартах инженерного образования, с другой – создается культура обучения инженеров [15; 20].

В результате исследования московской школы ГБОУ школа №1384 им. А.А. Леманского автором отмечается, что уже с начала двухтысячных годов школа была ориентирована на углубленную математическую, техническую и инженерную подготовку своих выпускников, чтобы в дальнейшем они смогли продолжить получение образования в ведущих ВУЗах инженерной направленности. 82% выпускников школы поступили в ВУЗы технической и естественнонаучной направленности в 2017-м году. При этом Более 70% школьников в 2016-2017 г.г. ГБОУ школа №1384 посещали и продолжают посещать кружки инженерной и технической направленности, что говорит о том, что привитие с детства, раскрытие талантливых детей в раннем возрасте может благополучно сказаться в дальнейшем на выборе ими понравившейся профессии, понимание о которой у школьника сформировалось заблаговременно и обдуманно, в том числе и при поддержке родителей. К примеру, уже в 1-4 классах этой школы подготовка к будущей инженерной специальности осуществляется через привитие детям инженерно-технической культуры в инженерных кружках: авиамоделирования, ИТ-технологий, творческого мышления, роботоконструирования. Учащиеся 5-6 классов получают уже более развернутый кружковый подход: техническое конструирование, основы программирования, школа точной мысли

(проектно-исследовательская деятельность), робототехника. Начиная с 7 и по 11-е классы, школьники получают практические навыки в лабораториях МАИ, МГТУ им. Баумана, НПО «Алмаз-Антей».

Выделяя из общей группы профессиональной направленности в подготовке школьников для высокотехнологичных наукоёмких отраслей, автор обращает внимание на школьное экономическое, правовое и инженерно-техническое образование, которое также является составной частью обучения и воспитания молодёжи [8;18]. Такая направленность:

- воспитывает технологическое, системное мышление;
- создаёт представления современном научном подходе, о техносфере, о способах получения и обработки материалов, информации;
- направляет на овладение практическими навыками обращения с материалами, машинами, механизмами, технологиями.

Разносторонние, системные и глубокие теоретические знания, которые ребенок получает в школе, а далее в ВУЗе, должны закрепляться в ходе практических занятий, в том числе исследовательской и проектной деятельностью, научно-техническим творчеством. Это помогает заинтересовать будущего специалиста научными и прикладными разработками с раннего детства, что становится определяющим моментом при выборе будущей профессии. Разумеется, большую роль в самоопределении ребенка играют родители, хотя бы потому, что отдают его учиться в профильные школы с раннего детства.

Таким образом, руководителям высокотехнологичных кластеров следует задуматься о развитии кадрового потенциала на будущее. Следует проводить целенаправленную работу, выделять финансирование тем образовательным учреждениям, которые готовят подрастающее поколение по необходимому каждому производству профилю [13]. В этом случае не будет утрачен принцип преемственности на производстве и в системе образования в будущем [2; 24].

Сквозная политика в области подготовки специалистов для наукоёмких высокотехнологичных отраслей должна являться важнейшей составной частью экономической политики государства, с учетом требований работодателей, и наряду с задачами по импортозамещению и научно-технологическому развитию промышленных кластеров и технопарков. Не менее актуальной задачей остается разработка и практическая реализация посредством межведомственной координации мер стимулирования деятельности в сфере промышленности, направленной на кадровое обеспечение промышленного роста [14,21]. Особую сложность представляет необходимость стратегического планирования и управления в условиях отсутствия ряда базовых отраслевых документов по научно-технологическому развитию в сфере наукоёмкой высокотехнологичной промышленности, включающих обязательные прогнозы кадрового обеспечения с учетом требований к квалификациям специалистов.

#### **Список использованных источников**

1. Анискин Ю.П., Ильюк В.В. Методологические проблемы управления инновационной активностью наукоёмких компаний в неравновесных условиях // Воронеж: Организатор производства. ВМАНПОП. Вып. 10/2014. С. 138-143.

2. Блинникова Н. Инженер смолоду: зачем школам сотрудничать с вузами // Редакция новостного портала. URL: <http://news.ifmo.ru/ru/news/6079/>, 5.10.2016г.
3. Викуленко А.Е., Александров В.И. и др. Принципы создания корпораций высшего образования (латеральных кластеров) на основе синергизма // СПб: СПГТИ (ТУ). Экономический вектор №2(5), 2016, С.45-59.
4. Данакин Н.С., Строкова В.В., Чикилева Е.Н., Щербакова А.И., Васнева В.А. Трансдисциплинарная научно-образовательная система подготовки кадров «Школа – ВУЗ – Предприятие»: Концепция и практическое внедрение БГТУ им. В.Г. Шухова // Воронеж: Вестник ВГУ. Серия: История. Политология. Социология. 2016. № 4, С. 32-37.
5. Игнатов Н.Г., Николаев Д.В. Бизнес - планирование как фактор инвестиционного развития энергетического машиностроения // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-2 (67-2). С. 932-934.
6. Игнатов Н.Г., Шулепов А.С. Развитие инновационной деятельности фармацевтической промышленности / В сборнике: Ценности и интересы современного общества. Материалы IV международной научно-практической конференции. 2016. С. 91-98.
7. Ильюк В.В. Управление конкурентоспособностью работников организации на основе развития системы внутреннего контроля. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук // М.: Московский гуманитарный университет. Москва, 2012.
8. Ильюк В.В. Методические положения по коммерциализации инноваций на примере применения изделий радиочастотной идентификации в процессах логистики / Учебное пособие. -М.: Изд-во ИПК МИЭТ, 2016.
9. Ильюк В.В. Потребности в преобразовании механизмов управления инновационного потенциала наукоёмких компаний. В сборнике: Инновационные подходы к решению технико-экономических проблем. Главный редактор И.Г. Игнатова. -М.: МИЭТ. 2015. С. 138-142.
10. Ильюк В.В. Методологический подход к управлению стейкхолдерами инновационных проектов // Воронеж: Организатор производства. ВМАНПОП. 2016. № 4 (71). С. 38-55.
11. Ильюк В.В. Проблемы взаимодействия и идентификации заинтересованных сторон в инновационных проектах. Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание. Сборник научных трудов // М.: Российская Академия предпринимательства. Агентство печати «Наука и образование» 2016. № 32. С. 80-92.
12. Ильюк В.В., Мысаченко В.И. К вопросу управления инновационным развитием высокотехнологичных предприятий и наукоёмких кластеров / В сборнике: Экономические и правовые аспекты развития международной интеграции в современных условиях. Материалы Межрегиональной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. - М.: МФЮА.2017. С. 86-105.
13. Ильюк В.В., Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г. Об особенностях инвестирования в развитие отечественной микрoeлектронной промышленности. Междуна-

- родная конференция «Инновационные подходы к решению технико-экономических проблем: сборник трудов. - М.: МИЭТ, 2017. С.318 - 328.
14. Комаров В.Ю., Игнатов Н.Г. К вопросу государственного регулирования структурного обновления отраслей обрабатывающей промышленности // Экономика и предпринимательство. 2016. № 8 (73). С. 32-35.
15. Кравченко Е. Формула успеха: школа + колледж + вуз + предприятие. Московское образование // Колледж современных технологий имени Героя Советского Союза М.Ф. Панова. Дата обращения 29.11.2017 г. URL: <http://www.ug.ru/archive/58237>
16. Мысаченко В.И. Структурная перестройка промышленности и конкурентоспособность предприятий. Монография. - М.: Национальный институт бизнеса, 2007.
17. Мысаченко В.И., Колегов М.Н. Повышение конкурентоспособности предприятий машиностроительной отрасли на основе совершенствования управления затратами - М.: Национальный институт бизнеса, 2007.
18. Мысаченко В.И. Формирование и развитие механизма структурных преобразований в промышленности России // диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Московский гуманитарный университет. - Москва, 2009. С.189.
19. Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г., Шулёпов А.С. Стимулирование инновационного развития фармацевтической отрасли // В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 29-37.
20. Мысаченко В.И., Стаурин Г.Н. Стимулирование инновационной активности машиностроительных предприятий // Бизнес в законе. 2013. №2. - С. 223-226.
21. Dudin M.N., Mysachenko V.I., Mironova N.N., Divnenko O.V. etc. Green technology and renewable energy in the system of the steel industry in Europe // International Journal of Energy Economics and Policy. 2017. Т. 7. № 2. С. 310-315.
22. Нелюбов С.А. Выступление на межрегиональной конференции технологического форума «Технопром – 2016» «Непрерывное инженерное образование – ресурс подготовки кадров реиндустриализации экономики региона НТИ» // Новосибирск: МВК «Экспоцентр», 10.06.2016г. Портал «Без Формата.RU» <http://novosibirsk.bezformata.ru/listnews/inzhenernogo-obrazovaniya-na-konferentsii-v/47583864/>
23. Решетов К.Ю. Конкурентоспособность российских инновационных предпринимательских структур: Теоретико-методологические аспекты. – М., 2013. - С.17.
24. Сидняев Н.И. Современные проблемы элитного инженерного образования // Будущее инженерного образования: сб. науч. ст. / под ред. А.А. Александрова, В.К. Балтяна. - М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2016.
25. Шарошкина М.К. Концепция инженерно-технической школы в составе общеобразовательных учреждений города Пензы Приложение к приказу Управ-

ления образования г. Пензы от «28» февраля 2014 года №61, Портал «ТЕХЭКСПЕРТ», URL: <http://docs.cntd.ru/document/440546322>

26. Послание Президента РФ Федеральному Собранию. «Послание Президента РФ Федеральному Собранию» 4.12.2014 г., URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_171774/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171774/)

27. Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. №596 «О долгосрочной государственной экономической политике», URL: <http://base.garant.ru/70170954/>

*Клейнер Г.Б.<sup>1</sup>*

*Центральный экономико-математический институт РАН*

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ<sup>2</sup>**

**Аннотация.** Предприятие является системообразующим элементом экономики, и устойчивость экономики критическим образом зависит от устойчивости предприятий. Целью назревших преобразований должны стать создание и укоренение на предприятиях сбалансированной системы принятия и реализации управленческих решений. Функционирование этой системы должно проходить под наблюдением и периодическим влиянием общества в виде общественных организаций, в том числе в виде самоуправляемых профессиональных организаций и бизнес-ассоциаций, а также представителей органов государственной власти, профессиональных союзов работников, научно-экспертных групп и организаций.

**Ключевые слова:** предприятие, сбалансированность, демократизация управления, трудовой коллектив

Предприятия составляют каркас экономики страны, основу ее экономического потенциала. Именно на предприятиях производится добавленная стоимость, соединяются ресурсы труда, знаний, технологии, средств и предметов труда. Здесь интегрируются интересы поставщиков и потребителей продукции, происходит социализация новых поколений граждан страны. По сути дела, предприятия формируют фундамент национального богатства государства.

Ни капитал, ни труд, ни природные ресурсы сами по себе не создают добавленной стоимости. Ее создателями являются предприятия – организации, постоянно осуществляющие процессы переработки исходного сырья в продукцию, ее реализацию за пределами организации, а также процессы воспроизводства израсходованных факторов и утраченных условий производства. Предприятие (компания, фирма, корпорация и т.п.) – основное звено экономики, где все виды ресурсов соединяются для создания ценностей. От того, как организованы

---

<sup>1</sup> Клейнер Георгий Борисович – чл.-корр. РАН, заместитель научного руководителя Центрального экономико-математического института РАН.

<sup>2</sup> Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект №17-02-00513).

в стране предприятия, зависит конкурентоспособность национальной экономики.

Предприятия способны стать цементирующими звеньями социума, сыграть роль узловых социальных связей, которые препятствуют расколу и расслоению общества. В трудовом коллективе российский человек традиционно находит поддержку и отклик, без которых моральное и эмоциональное состояние общества не может быть высоким. На предприятии происходит процесс социализации молодых людей, формируется гражданское самосознание и позитивное восприятие действительности.

История развития экономики после масштабной приватизации 1990-х гг. свидетельствует о том, что собственники крупных предприятий, тем или иным образом оказавшиеся владельцами гигантских прав при минимальной ответственности не смогли осуществить назревших к началу 1990-х гг. преобразований предприятий, провести их модернизацию и позитивную реструктуризацию. Были утеряны целые отрасли промышленности, утрачен экономический суверенитет России в мировой экономике. Концепция «эффективных собственников» в конкретных условиях России в начале XXI в. потерпела неудачу. Предложения о деприватизации промышленных предприятий, которые раздаются в последнее время, имеют понятную основу. Вместе с тем, идеи национализации промышленности в целом вряд ли можно поддержать. Современное состояние государственного управления не позволяет рассчитывать на чиновников как на «эффективных менеджеров».

Руководствуясь концепцией четырехзвенного устройства общества (общество рассматривается как совокупность четырех относительно независимых подсистем: государство – социум – экономика – бизнес), мы приходим к выводу, что в ситуациях, где бизнес и государство не могут решить проблемы экономики, следует обратиться к потенциалу социума (гражданского общества). В определенных случаях, главным образом когда речь идет о банкротстве давно работающих и хорошо зарекомендовавших себя предприятий, права управления ими должны быть частично или полностью переданы из рук собственников коллективам предприятий. Это означает, что на предприятиях необходимо перейти от системы управления, ориентированной на собственника, к системе управления, в равной степени ориентированной на учет интересов и прав владельцев всех видов ресурсов: владельцев капитала (собственников), управленческих полномочий (менеджеров), труда (работников) и знаний (специалистов).

Целью назревших преобразований должны стать создание и укоренение на предприятиях сбалансированной системы принятия и реализации управленческих решений. Функционирование этой системы должно проходить под наблюдением и периодическим влиянием общества в виде общественных организаций, в том числе в виде самоуправляемых профессиональных организаций и бизнес-ассоциаций, а также представителей органов государственной власти, профессиональных союзов работников, научно-экспертных групп и организаций.

Речь идет, таким образом, не о противопоставлении концепциям «эффективных собственников» и «эффективных менеджеров» концепции «эффектив-

ных трудовых коллективов», а о концепции «эффективного предприятия» или концепции солидарного управления предприятиями (в конечном счете солидарного управления экономикой). Создание такой системы не может быть проведено в короткие сроки, поэтому важно осуществить первые шаги в этом направлении.

### **1. Создание сбалансированной системы управления предприятием:**

1.1) создание на предприятиях системы из четырех управленческих органов, осуществляющих определение, формирование и формулирование позиции по основным вопросам деятельности и развития предприятия:

- рядовых работников предприятия (Совет коллектива);
- специалистов (Научно-технический совет);
- собственников, или акционеров (Совет собственников);
- менеджеров (Совет управляющих).

Всевластие и бесконтрольность собственников в отношении как активов, так и коллективов предприятия должны быть существенно скорректированы. Ситуация, когда владелец производственной собственности имеет практически неограниченные права и ограниченную ответственность, должна смениться ситуацией, когда собственник имеет ограниченные права при растущей и солидарной с другими участниками производства ответственности;

1.2) создание единого органа управления предприятием, обеспечивающего учет интересов всех участников деятельности предприятия в сочетании с интересами его развития как хозяйствующего субъекта.

Отметим, что предлагаемые изменения могут способствовать репатриации капиталов, выведенных собственниками с предприятий, а в некоторых случаях и репатриации собственников, в настоящее время осуществляющих регулирование деятельности своих предприятий из-за рубежа, а также сокращению оттока капиталов в офшорные зоны. Данные меры носят также выраженный антикоррупционный характер, причем снижают как внутрифирменную и межфирменную коррупцию, так и коррупцию в отношениях предприятий с государственными и муниципальными органами.

### **2. Демократизация управления и развитие института коллективных (народных) предприятий:**

2.1) в качестве параллельных поддерживающих мер необходима, по нашему мнению, организация процесса перехода значимой части управленческих полномочий от собственников к трудовым коллективам. Начинать надо с тех предприятий, чье финансово-экономическое состояние и организационно-технологический уровень неудовлетворительны. В перспективе именно такие предприятия могут стать генераторами эффективного экономического роста.

В настоящее время (на конец 2017 г.) в России функционирует 40 предприятий в форме акционерных обществ работников (народных предприятий), однако этого явно недостаточно [1]. Законодательство, определяющее порядок создания и функционирования таких предприятий, было создано около 19 лет назад и нуждается в совершенствовании (см. подр. [2]);

Народные предприятия осуществляют деятельность в 18 субъектах Российской Федерации, причем почти половина из них (17) сосредоточена в Ли-

пецкой области. На сегодняшний день Липецкая область является единственным субъектом Российской Федерации, на территории которого активно развиваются коллективные формы хозяйствования, в частности акционерные общества работников. Поддержка развития таких предприятий является приоритетным направлением экономической политики органов государственной власти данного региона [3].

2.2) опыт функционирования хозяйствующих субъектов в США и Евросоюзе, где доля самоуправляемых предприятий в различных формах в общем количестве фирм достигает 10%, показывает целесообразность их развития и поддержки [4].

В России к этой форме относятся с предубеждением, как к «пережиткам прошлого». Проблемы демократизации управления, которые в последние годы становятся в центр мировых дискуссий о путях развития экономики, в России многими не считаются существенными. Между тем в Германии – стране, играющей роль локомотива европейской экономики, участие работников в управлении предприятием является повседневной практикой. Треть членов наблюдательного совета акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью с численностью трудового коллектива более 500 чел. – представители коллектива работников. Предприятия с численностью персонала более 2 тыс. человек должны иметь наблюдательный совет, на 50% состоящий из представителей работников.

Во многих странах мира система участия работников в управлении опирается на наделение их акциями или паями (ESOP (Employee Stock Ownership Plan – план наделения акциями работников) – корпоративная социальная программа, предоставляющая возможность сотрудникам компании стать владельцами ее акций [5]. Членами Европейской федерации предприятий с собственностью работников (European Federation of Employee Share Ownership, EFES) являются более 20 крупнейших стран Европы и Америки. Поскольку самоуправляемые предприятия и предприятия с концентрированной внешней собственностью представляют собой полярные варианты, реформирование массива отечественных предприятий в данный момент должно предусматривать расширение сектора самоуправляемых агентов рынка.

Важно понимать, что наличие в экономике достаточно широкого спектра хозяйствующих субъектов разнообразных форм собственности – государственной, коллективной, частной, смешанной – в соответствующих организационно-правовых формах является необходимым условием эффективной самореализации трудоспособного населения. В основе системной экономики должна лежать идея равноправия экономических субъектов независимо от их размеров и экономических возможностей [6].

### **3. Конкуренция и кооперация.**

Анализ тенденций корпоративного управления, корпоративного менеджмента и маркетинга во всем мире свидетельствует о движении в сторону от безудержного соперничества к разумной солидарности, поиску путей сотрудничества, целенаправленной консолидации всех социальных сил не только внутри предприятий, но и в отношениях между производителями и потребителями,

предприятиями и органами государственной и муниципальной власти и др. Представление о конкуренции как о единственной движущей силе развития постепенно сменяется концепцией кооперации как фактора устойчивого совместного развития. Это находит выражение в расширении использования таких неологизмов, как коокуренция и конкоперация [7].

В этом контексте коллективные предприятия могут рассматриваться как реальные структурные элементы будущей глобальной «справедливой экономики». Конкуренция, равно как и кооперация, – естественные и необходимые формы организации экономики. Конкурировать между собой могут и сотрудничающие предприятия, равно как и наоборот.

#### **4. Создание и ликвидация предприятий:**

4.1) поскольку предприятие является системообразующим элементом экономики, необходимо упорядочить процессы учреждения и ликвидации предприятий. Нужно повысить ответственность учредителей предприятия за результативность его деятельности;

4.2) безответственность ведет к созданию десятков тысяч предприятий-однодневок, лишь камуфлирующих незаконные сделки. Необходимо расширить перечень организационно-правовых форм за счет предприятий особого проектного типа, имеющих четкое начало и завершение деятельности;

4.3) необходимы существенные изменения в нормативно-правовых актах, определяющих порядок учреждения и регистрации предприятий в России. Уведомительный порядок учреждения новых предприятий приведет к засорению совокупности предприятий фиктивными элементами. Сейчас соответствие между множеством коммерческих юридических лиц и совокупностью предприятий как самостоятельных экономических агентов нарушено. Одно и то же предприятие может быть представлено множеством юридических лиц, и одно юридическое лицо может служить «прикрытием» деятельности ряда самостоятельно действующих предприятий. Это приводит к неразрешимым экономико-правовым коллизиям. Поэтому необходима перерегистрация (своеобразная все-российская перепись) предприятий, целесообразно формирование единого реестра «экономических лиц» России.

Указанная мера имеет особое значение для развития экономики в связи с тем, что сегодня вокруг многих предприятий в России сложилась (а точнее, была установлена) информационная «дымовая завеса», не позволяющая органам финансового, налогового трудового и иного контроля однозначно идентифицировать не только собственников, но и других лиц, принимающих и исполняющих управленческие решения на предприятиях. Возникшая «подставная», или «замещающая» экономика делает адекватную реализацию государственной экономической политики практически невозможной.

Предлагаемая инвентаризация системного ресурса на уровне предприятий позволит не только рассеять информационный туман вокруг предприятий и восполнить имеющиеся пробелы в идентификации собственников, менеджмента, работников предприятий, но и восстановить соответствие между субъектами экономики и субъектами права.

Сегодня ни государство, ни инвесторы, ни товаропроизводители, ни потребители не имеют однозначной картины («карты») работающих предприятий. Такое положение недопустимо.

### **5. Многоуровневое и многоаспектное стратегическое планирование.**

Стабильное и динамичное развитие страны в условиях неопределенности глобальных мировых экономических трендов и смены технологических укладов требует создания системы многоуровневого стратегического планирования и управления. Формирование системы стратегического планирования в стране вступает сейчас в активную фазу (принят Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»). Необходимо, чтобы эта система органически включала в себя стратегическое планирование на уровне предприятий. Система должна стать единой как в разрезе управленческой вертикали, так и в плане функциональной горизонтали. На уровне агентов рынка процессы создания, обсуждения и реализации стратегических планов с учетом интересов всех групп участников деятельности предприятия и интересов самого хозяйствующего субъекта смогут сыграть роль механизма консолидации и осуществления сбалансированного управления предприятиями.

Организация процесса системной модернизации предприятий может стать основой для укрепления и отработки механизмов создания и функционирования не только частно-государственного, но и тройственного частно-государственно-общественного партнерства, необходимого для консолидации общества, государства и бизнеса. При этом поддержка процессов реформирования и модернизации должна распространяться на предприятия всех форм собственности, организационно-правовых форм, размерностных параметров и видов деятельности. Здесь предприятия с высокой долей государственного участия должны стать лидерами прогрессивной трансформации, служить образцами эффективной организации производства и использования ресурсов, интенсивных инновационных процессов, восприимчивости к элементам новых технологических укладов, социальной ответственности и солидарности.

Предприятие должно занять позицию генерального актора системной экономики. Это предполагает защиту предприятия от необоснованного давления на его решения со стороны административных и политических систем, иначе говоря, обеспечение суверенитета хозяйствующего субъекта.

#### **Список использованных источников**

1. Хабибуллин Р.И. Теория коллективного предприятия: перезагрузка // Экономическая наука современной России. 2017. №1 (76). С.40-60.
2. Хабибуллин Р.И., Седов Е.В. Акционерные общества работников в России: в поисках траектории сбалансированного развития // Terra Economicus. 2017а. Том 15. № 3. С. 106-130.
3. Хабибуллин Р.И., Седов Е.В. Региональные аспекты развития коллективного предпринимательства (на примере Липецкой области) // Проблемы теории и практики управления. 2017б. №6. С.66-76.

4. Дементьев В.Е., Хабибуллин Р.И. Коллективные предприятия: анализ зарубежного опыта // Россия и современный мир. 2016. № 2(91). С.123-135.
5. Khabibullin Rifat I. Collective Enterprises in Russia and America: from Theoretical Controversy to Practical Consensus // Special English-Language Edition of the Journals Questions of Political Economy and The Economic Revival of Russia. 2016. P.207-218.
6. Клейнер Г.Б. От «экономики физических лиц» к системной экономике // Вопросы экономики. 2017. № 8. С.56-74.
7. Полтерович В.М. Эволюция институтов конкуренции, власти и сотрудничества // Материалы III Международной научно-практической конференции «Системный анализ в экономике – 2014» (Москва, 13—14 ноября 2014 г.) / Под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. М.: ЦЭМИ РАН, 2015.

*Косаренко Н. Н.<sup>1</sup>*

## **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ И ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ НАЛОГА**

Налоги с момента возникновения государства являются необходимым элементом финансовой системы страны. В условиях рыночной экономики государство активно использует такой важный инструмент как налоговую политику.

С помощью налогов определяются взаимоотношения субъектов предпринимательской деятельности с государственным бюджетом. При помощи налогов также регулируется внешнеэкономическая деятельность налогоплательщиков, включая привлечение иностранных инвестиций путем предоставления налоговых льгот инвесторам.

Согласно статье 8 Налогового Кодекса Российской Федерации (далее НК РФ) под налогом следует понимать обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований<sup>2</sup>.

Закрепленная в Налоговом кодексе РФ дефиниция термина «налог» в целом отражает современное понимание сущности и назначения налога. Из положения указанной статьи вытекают следующие неотъемлемые признаки любого налога, взимаемого на территории РФ: налог социально обусловлен, безвозвратен, безвозмезден и общеобязателен.

По порядку введения налога можно выделить общеобязательные и факультативные элементы налога.

*Общеобязательные элементы налога и сбора* устанавливаются законодательными актами Российской Федерации и взимаются на всей ее территории

---

<sup>1</sup> *Косаренко Николай Николаевич*, кандидат юридических наук, профессор РЭУ имени Г.В. Плеханова

<sup>2</sup> Налоговый кодекс Российской Федерации от 31. 07. 1998. № 146-ФЗ // СЗ РФ. 1998. № 31. Ст.3824.

независимо от бюджета, в который они поступают. При этом по некоторым из них конкретные налоговые ставки определяются законодательными актами республик в составе Российской Федерации или решениями органов государственной власти краев, областей, автономной области, автономных округов, районов, городов и иных административно-территориальных образований. К общеобязательным относятся все федеральные налоги, а также налог на имущество предприятий, плата за воду, налог на имущество физических лиц, земельный налог,

*Факультативные элементы налога и сбора* предусмотрены основами налоговой системы, однако непосредственно вводиться они могут законодательными актами республик в составе Российской Федерации или решениями органов государственной власти краев, областей, автономной области, автономных округов, районов, городов и иных административно-территориальных образований. Взимание этих налогов на той или иной территории — компетенция органов местного самоуправления. К факультативным относятся сбор на нужды образовательных учреждений, взимаемый с юридических лиц, а также все местные налоги, за исключением тех, которые являются общеобязательными.

Налоги являются необходимым звеном экономических отношений в обществе с момента возникновения государства. Существование любого современного государства неразрывно связано с налогами. Каждый человек в какой-то мере ощущает это на себе. «Каждый обязан платить законно установленные налоги и сборы»<sup>1</sup> - такой принцип заложен в российском законодательстве.

Налоговый механизм используется для экономического воздействия государства на общественное производство, его динамику и структуру, на состояние научно-технического прогресса. Посредством налогов государство воздействует на определенные общественные процессы, выполняет контрольные функции, выступает гарантом конституционного права.

Налоговый механизм любого государства состоит из совокупности организационных принципов. Для обеспечения стабильного развития всякая страна должна учитывать и строго соблюдать все базовые принципы налогообложения. На них должна основываться налоговая политика страны, налоговые законы не должны приниматься и проводиться в нарушение этих принципов, суды должны разрешать налоговые споры в духе этих налоговых принципов, даже если они и не выражены прямо в форме конкретной нормы закона или иного правового документа (если налоговые правила допускают неоднозначные толкование или намеренно оставляют вопрос на усмотрение исполнительной власти).

Изъятие государством в свою пользу определенной части валового внутреннего продукта в виде обязательного взноса и составляет сущность налога. За счет налоговых взносов формируются финансовые ресурсы государства, аккумулируемые в его бюджете и государственные внебюджетных фондах.

---

<sup>1</sup> Налоговый кодекс Российской Федерации от 31. 07. 1998. № 146-ФЗ // СЗ РФ. 1998. № 31. Ст.3824.

Разумно полагать, что возникновение налогов идет параллельно с возникновением государства, потому как налоги для государства являлись источником средств для его содержания. Апогеем развития такой экономической категории принято считать капиталистическое общество, которое базировалось на товаро-денежных отношениях.

Как видно из определения, налоги являются инструментом перераспределения денежного эквивалента внутри системы либо стимулируют людей в той или иной деятельности, либо сдерживают.

На основании ст. 8 НК РФ можно выделить следующие признаки налога:

- носят обязательный характер;
- имеют индивидуальность и безвозмездность;
- уплачиваются в денежной форме;
- уплачивается физическими и юридическими лицами;

Элементы налога определяют характеристики налогового обязательства, что крайне важно для участников налоговых правоотношений, а их формализация на законодательном уровне является необходимым условием легитимности требования об уплате налога со стороны государства и как следствие для нормального существования обязанности налогоплательщика.

Опираясь на положения ст. 3 НК РФ можно смело утверждать, что налог считается установленным лишь в том случае, когда определены налогоплательщики и элементы налогообложения. Статья 17 НК РФ дополняет положения ст. 3 и раскрывает те обязательные элементы налога, при которых он будет считаться установленным, а именно:

- **объект налогообложения** - характеризует юридический факт будь то действие, событие или же состояние по отношению к предмету налогообложения, который в свою очередь обуславливает возникновение обязанности субъекта по уплате налога;

- **налоговая база** - стоимостная, физическая или иная характеристика объекта налогообложения;

- **налоговый период** - характеризует срок, по истечению которого налогоплательщиком уплачиваются авансовые платежи по налогу и как следствие предоставляется соответствующая отчетность;

- **налоговая ставка** – величина налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы;

- **порядок исчисления налога** - это совокупность определенных действий налогоплательщика и иных лиц по определению суммы налога, который подлежит уплате в бюджет за налоговый период, исходя из налоговой базы, ставки и налоговых льгот;

- **порядок и срок уплаты налога** - совокупность правил, по которым налог перечисляется в бюджет в установленные для этого сроки.

Отсюда следует вывод, что только при всей совокупности обязательных элементов налогообложения обязанность налогоплательщика по уплате налога может считаться установленной.

Следует отметить, что элементы, за которыми закреплен статус «обязательные» по своей природе универсальны и императивны.

Однако, помимо обязательных элементов налога, существуют также наряду с ними и факультативные, которые дополняют их, то есть, наличие последних не обязательно при установлении налога, однако возможно. При их отсутствии налог не может быть неустановленным.

К факультативным элементам принято относить:

- **порядок возмещения налога** – случай, при котором сумма налоговых вычетов превышает общую сумму налога, а полученная разница подлежит возмещению (зачету, возврату) налогоплательщику;

- **налоговые льготы и основания для их применения** - освобождение физического лица от уплаты налога на определенное имущество или с определенной суммы;

- **отчетный период** – срок, по истечении которого налогоплательщиком уплачиваются авансовые платежи по налогу и предоставляется соответствующая отчетность;

- **получатель налога** - субъект, которому предназначается сумма налога.

По моему мнению, совокупность факультативных элементов налога позволяет лучше раскрыть его внутренне устройство и сделать его более понятным для налогоплательщиков.

Налоги весьма разнообразны по своим видам и образуют целую разветвленную систему. При этом каждый налог занимает четко определенное место и исполняет свою роль. В обыденной жизни налогоплательщики не заостряют внимание на разнообразии налогов, однако стоит отметить, что помимо традиционной классификации, которая закреплена в ст. 12 НК РФ существуют и другие основания. Согласно положению данной статьи федеральные налоги устанавливаются и вводятся в действие Государственной Думой РФ. Перечень таких налогов и их ставки являются едиными на всей территории Российской Федерации и не могут изменяться органами государственной власти субъектов РФ или органами местного самоуправления. К федеральным налогам, согласно НК РФ, относят:

- налог на добавленную стоимость;

- акцизы;

- налог на доходы физических лиц;

- налог на прибыль организаций;

- водный налог и др.

Налоги субъектов РФ (региональные) – это налоги, которые указаны в НК РФ, и вводятся в действие законодательными органами государственной власти субъектов РФ. Они подлежат уплате только на территории соответствующего субъекта (например: транспортный налог).

Местные налоги - это такие налоги, которые устанавливаются НК РФ, но вводятся в действие представительными органами местного самоуправления и подлежат уплате на территории соответствующего муниципального образования (например, земельный налог).

Стабильная система налогов и сборов позволяет государству осуществлять и эффективную налоговую политику.

## **ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Внутрифирменное финансовое планирование для эффективного выполнения своих задач основывается на определённом организационном обеспечении, то есть определяются субъекты планирования, взаимодействие их между собой и с другими подсистемами предприятия (учётной службой, руководителями, исполнителями и подсистемой контроля). Состав субъектов планирования зависит от масштаба предприятия. На крупных и средних предприятиях плановые функции осуществляются специальным отделом планирования, на малых сочетаются в лице руководителя или главного бухгалтера. Также от масштаба предприятия зависят такие факторы как степень децентрализации плановых процессов и порядок планирования. Общеизвестным является выделение порядка «снизу-вверх» и «сверху - вниз», наиболее эффективным считается сочетание этих методов путём многократного пересмотра и согласования планов.<sup>1</sup> Эффективность планирования в значительной степени зависит от информационной базы, в том числе информации о самом предприятии, а также его внешней среде. Основным источником информации о предприятии является бухгалтерский, налоговый и управленческий учёт и отчетность.

Потребности субъектов планирования в учётной информации находят своё отражение в таких регламентирующих работу бухгалтерии актах, как учётная политика предприятия, положение по ведению управленческого учёта, график документооборота и регламент представления отчётной информации.

На каждом предприятии формируется специфическая система финансового планирования, что определяется уникальной совокупностью её элементов в каждом хозяйствующем субъекте: характеристики типа планирования, применяемые методы и показатели, процесс и организация.

Финансовый план предприятия – это документ, отражающий объём поступления и расходования денежных средств, фиксирующий баланс доходов и направлений расходов предприятия, включая платежи в бюджет на планируемый период. Основная цель финансового планирования состоит в том, чтобы сбалансировать намечаемые расходы предприятия с финансовыми возможностями.<sup>2</sup>

К основным задачам финансового планирования относятся: обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами производственной, инвестиционной и финансовой деятельности; определение путей эффективного вложения капитала, оценка степени рационального его использования; выявление внутрихозяйственных резервов увеличения прибыли за счёт экономного использования денежных средств; установление рациональных финансовых от-

<sup>1</sup> Бизнес-планы. Полное справочное пособие - М.,2001-С.240

<sup>2</sup> Павлова Л. Н. Финансы предприятий. – М.,2005- С.447

ношений с бюджетом, банками, контрагентами; соблюдение интересов акционеров и других инвесторов; контроль за финансовым состоянием, платежеспособностью и кредитоспособностью предприятия.

Финансовое планирование охватывает широкий спектр финансовых отношений: <sup>1</sup> между предприятием и различными субъектами хозяйствования в процессе реализации продукции (работ, услуг) и при коммерческом кредитовании; собственниками предприятия, трудовыми коллективами и отдельными работниками при оплате труда персонала предприятия; субъектами хозяйствования и хозрасчетными подразделениями внутри них при формировании и распределении централизованных фондов финансовых ресурсов, предназначенных для решения общих задач; предприятиями, объединениями и государственным бюджетом при внесении платежей в бюджет, внебюджетные фонды и получение ассигнований из бюджета; предприятиями и коммерческими банками; предприятиями и страховыми организациями.<sup>2</sup>

Финансовый план упорядочивает эти отношения, позволяет заранее предвидеть финансовые результаты деятельности предприятия и так организовать движение финансовых потоков, чтобы они служили достижению целей, предусмотренных стратегическим и тактическим планам. Финансовый план предприятия составляется в виде баланса доходов и расходов, а также расчетных форм для определения статей баланса. В связи с тем, что состав показателей финансового плана может быть различной степени детализации, форму финансового плана рекомендуется согласовывать с вышестоящей организацией, а также органами, куда он может предоставляться (финансовые и налоговые органы). При этом, чем детальнее раскрыты его отдельные статьи, тем выше достоверность и обоснованность принятых финансовых плановых решений.

Основными направлениями улучшения финансового планирования необходимо считать: повышение эффективности (снижение удельных норм расчета); сокращение расходов; увеличение продаж.

Сформированные на этапе целеполагания идеальные представления о конечных результатах развития компании могут не совпадать с плановыми.

Если идеальные, желаемые требования по конечным результатам зафиксированы в виде документов, составляющих Masterbudget (основной бюджет), то сопоставление план/идеал возможно по кредитным показателям.

Если идеальные представления о конечных результатах сформированы в виде показателей, не входящих в Masterbudget, то целесообразно включить их в дополнительный план конечных результатов (Resultsbudget).

В случае, когда идеальные представления о конечных результатах не сформированы явно (достаточно частый случай, ведь это большая и сложная работа), то процедура улучшения планов может носить более творческий и менее регламентированный характер.

---

<sup>1</sup> Федякина Л.Н.-Финансы организаций (предприятий)-М.,2010- С.512

<sup>2</sup> Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – М.,2000 –С.208

Процедура формирования улучшенного плана может иметь различные модификации. Общие этапы процедуры формирования улучшенного плана включают:<sup>1</sup>

- выявление несоответствия;
- выявление управляющих факторов;
- определение направлений требуемого изменения параметров;
- определение предельных изменений управляющих факторов;
- проработку предельно достижимых уровней плана (без принятия во внимание ограничивающих факторов);
- корректировку целей.

Выявление несоответствия плановых и идеальных показателей следует проводить в абсолютной (в виде разницы показателей) и относительной (в виде процентного отношения) формах. Если в план закладывались реалистические условия работы предприятия, а рассогласование идеал/план является большим, то это уже может свидетельствовать о нереальных требованиях к компании. Как видно, целевые показатели - это валовые показатели (объем продаж, прибыль), но часто используются дробно-линейные показатели (рентабельность, прибыль на капитал).

Вышеизложенные основы планирования использованы на примере реально функционирующего предприятия. В связи с ужесточением конкуренции на рынке, характеристика финансового планирования актуальна к учету в ООО «Астат». Основными направлениями решения проблемных ситуаций следует считать: исследование и адаптация зарубежных методик составления бюджета к современным условиям функционирования отечественных организаций, в том числе к существующей системе учета и контроля его исполнения; разработка собственных методик бюджетирования, наиболее полно учитывающих отраслевые и специфические особенности конкретного предприятия; использование и совершенствование современных информационных технологий поддержки управленческих решений в этой области.

В менеджменте под целями понимают желаемый результат деятельности компании, к которому следует стремиться. Эти цели должны быть органически увязаны с миссией организации и разработаны с учетом информации, полученной из анализа внешней и внутренней среды.

Разрабатываются цели в два этапа: определяют качественные цели (направление) и доказывают количественно взаимосвязь предложенных целей.

Наибольшей степенью реакции на изменения требований рынка характеризуется метод «снизу-вверх», так как исходный бюджет, разработанный в ООО «Астат», непосредственно соприкасается с реальными рыночными проблемами, оказывается более адекватным ситуации.

В условиях растущей неопределенности бюджет становится незаменимым инструментом управления. Большая неопределенность рынка, в которой приходится работать российским предпринимателям, обуславливает необхо-

---

<sup>1</sup> Бланк И.А. - Финансовый менеджмент. – К., 2010 -С.340

димось ведения краткосрочных бюджетов (например, ежемесячных), так как эффективное прогнозирование в средне- и долгосрочной перспективе маловероятно. В то же время краткосрочное бюджетирование не позволяет даже приблизительно оценить перспективность отдельного бизнеса и всего предприятия в целом. Наиболее разумной альтернативой является ведение сразу двух бюджетов - долгосрочного (1-5 лет) и краткосрочного (1-3 месяца).

При этом долгосрочный бюджет предназначен для анализа перспективы деятельности компании (чего не увидеть в краткосрочном бюджете), а краткосрочный бюджет - для управления и контроля за текущей деятельностью предприятия (применение долгосрочного бюджета в данных целях малоэффективно). Долгосрочный бюджет, как правило, допускает корректировки и менее детализирован, чем краткосрочный. Рекомендуется вести скользящий долгосрочный бюджет с периодом скольжения, например, в один квартал. Корректировка плана в краткосрочном бюджете нежелательна даже при наличии форс-мажорных обстоятельств.

Для повышения эффективности системы планирования руководитель должен поставить две цели: 1) перед коммерческой службой - увеличить услуги за счет использования исправной техники и механизмов другим организациям и добиться сверхплановой выручки; 2) перед финансовой службой - снизить затраты и получить прибыль за счет прочей реализации и доходов по внеоперационным операциям.

Подход исполнительного органа к контролю оказывает наибольшее влияние на контрольную среду. Благоприятная управленческая среда характеризуется системой управления, обеспечивающей высокий уровень внутренней системы коммуникаций, способствующей эффективной работе исполнительного органа, использующего систему бюджетов и отчетов об исполнении, обеспечивающую эффективность внутреннего контроля. Помимо этого предприятия, разделением обязанностей, контролем доступа к активам, документам и осуществление периодических сравнений учетных данных.

Комплектность персонала, осуществляющие контрольные функции, является важнейшей характеристикой системы внутреннего контроля. Так, частая смена бухгалтеров ведет к тому, что функции учета и контроля выполняются людьми, не имеющими достаточного опыта и делающими в силу этого больше ошибок. Новые руководители и должностные лица могут быть не в должной степени знакомы с системой учета предприятия и совершать технические и другие ошибки. Иногда служащие бухгалтерии увольняются, так как не хотят следовать некоторым процедурам учета, которые предписываются нормативами. В целом, частая сменяемость бухгалтерского персонала может быть тревожным фактом. Очень важной характеристикой эффективной системы внутреннего контроля является должностное разделение функциональной ответственности, соответствующее разделение обязанностей является условием эффективности процедуры контроля.

Особое значение приобретает стратегический контроль. Так как упущения и ошибки в области стратегии выявляются спустя значительное время, то стратегический контроль нацелен не столько на обнаружение совершен-

ных в прошлом ошибок, сколько на идентификацию необходимых поправок курса в будущем. В области стратегического контроля выделяют три элемента- контроль предпосылок, контроль реализации и стратегический надзор. Речь идет в первую очередь о том, чтобы заблаговременно обнаружить деградацию задействованного потенциала успеха и появление нового.

Структура внутреннего контроля может быть подразделена на три составляющих: контрольная среда - набор характеристик, который определяет служебные взаимоотношения, благоприятные для контроля на предприятии; система бухгалтерского учета предприятия - политика и процедуры, касающиеся соответствующей записи хозяйственных операций; процедуры контроля - специальные проверки, выполняемые персоналом предприятия.<sup>1</sup>

Эти три составляющие во взаимосвязи обеспечивают предотвращение, выявление и исправление существующих ошибок информации и ее искажения. В процессе контроля есть три четко различимых этапа: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов и принятие элемента- контроль предпосылок, контроль реализации и стратегический надзор.

Речь идет в первую очередь о том, чтобы заблаговременно обнаружить деградацию задействованного потенциала успеха и появление нового. Особое значение имеют предпосылки, обусловленные потребностями клиентов. Весьма важны предпосылки, связанные с конкурентами, так как ресурсы организации ООО «Астат» теряют свою ценность именно под влиянием их активности. Наконец, необходима проверка на состоятельность и внутрифирменных предпосылок. В рамках системы реализации должны конкретизироваться или подготавливаться к осуществлению все задания и мероприятия, намеченные в системе планирования. Здесь же проверяется их эффективность.

Задача системы реализации состоит в обеспечении создания стратегического потенциала успеха, с одной стороны, и превращения его в стратегические факторы успеха - с другой.

Внутренние и внешние факторы, оказывают существенное влияние на методы и организацию внутрифирменного планирования, что находит свое проявление в следующем:

1. Появляется необходимость разделения функций в управлении предприятием и планировании его деятельности. Разделение труда осуществляется в направлении отделения функций стратегического планирования от оперативной текущей плановой работы, отделения планирования НИОКР от разработки и осуществления планов производства и реализации продукции и т.д.

В организации планирования и контроля за выполнением планов все в большей степени действуют принципы разделения труда и иерархии управления, ступени которой определяются организационной структурой управления предприятием (ОСУ). Организационная структура управления предприя-

---

<sup>1</sup> Шимко П.Д. -Мировая экономика и международные экономические отношения - М., 2015-С.685

тием — ключ к пониманию методики, задач и организации внутрифирменного планирования.

2. Повышается сложность плана. План становится комплексом различных показателей, мероприятий, различных по характеру, срокам, исполнителям. Растет плановый период, в который можно уложить начало и конец работы по разработке и освоению нового изделия, приобретение и использование новой техники. В связи с этим возрастает роль длительных перспективных планов и необходимость координации их со среднесрочными и текущими планами.

3. Планирование превращается в особую сферу хозяйственной деятельности, которая может осуществляться при определенных экономических, материальных условиях. Она становится необходимым условием функционирования фирмы при сложившемся уровне обобществления производства. Вышеизложенное позволяет констатировать следующее: усложнение процесса планирования приводит к тому, что его может осуществлять лишь крупная фирма, обладающая для этого соответствующими специалистами, техникой и информацией. Службы внутрифирменного планирования трансформируются в субъект управления концентрацией и контролем за капиталом.

#### **Список использованной литературы и источников**

- 1.ФЗ от 26.12.95 N 208-ФЗ (ред.. от 29.12.2012 с изменениями, вступившими в силу с 19.04.2013) "Об акционерных обществах"
- 2.Закон РФ «О потребительской кооперации от 19.06.92 г. № 3085-1( в ред.от 02.07.2013 N 185-ФЗ)
- 3.Бланк И.А. Финансовый менеджмент. К., 2010.
- 4.Павлова Л.Н. Финансы предприятий. М., 2005.
- 5.Степанова И.М. Бизнес-планы, полное справочное пособие. М., 2001.
- 6.Федякина Л.Н. Финансы организаций (предприятий). М., 2010.
- 7.Шеремет А.Д, Сайфулин Р.С, Негашев Е.В. Методика финансового анализа. М., 2000.
- 8.Шимко П.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения. М., 2015
- 9.Официальный сайт ООО «Астат» URL <http://actat.ru/>

## МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ – ДВИЖУЩИЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

В статье проанализированы результаты функционирования корпоративных нефтеперерабатывающих объединений. Предложены направления модернизации производственных площадок, меры по повышению рентабельности нефтеперерабатывающих корпораций и развитию механизмов эффективного хозяйствования бизнес структур.

**Ключевые слова:** модернизация, нефтеперерабатывающая промышленность, корпорации, производство нефтепродуктов.

Структурные перестроения в корпоративной системе хозяйствования ведут к изменениям производственных показателей нефтеперерабатывающих бизнес структур. В настоящее время акцент развития отраслевых интегрированных объединений делается на модернизацию производства, развитие углубляющий процессов переработки сырья, в том числе стимулируемые налоговыми инструментами со стороны государственных органов. Так анализ показывает стабильно высокий объем корпоративного производства базовых нефтепродуктов (табл. 1).

*Таблица 1*

Объем производства основных нефтепродуктов российскими  
корпоративными структурами

Показатель	Годы			
	2000	2005	2010	2015
Общее производство основных нефтепродуктов в России, млн. тонн	120,1	156,7	185,0	196,0
Доля корпораций в общей структуре производства основных нефтепродуктов, %	79	85	84	83
Общее производство основных нефтепродуктов корпорациями, млн. тонн, в т.ч.:	94,8	133,4	155,6	163,5
Произведено корпорациями бензина, млн. тонн	19,8	28,3	32,3	37,3
доля бензина, %	21	21	21	23
Произведено корпорациями дизельного топлива, млн. тонн	36,2	50,8	59,4	63,7
доля дизельного топлива, %	38	38	38	39
Произведено корпорациями керосина авиационного, млн. тонн	4,9	7,3	7,9	8,9
доля керосина авиационного, %	5	5	5	5
Произведено корпорациями топочного мазута, млн. тонн	33,9	47,0	56,1	53,6
доля топочного мазута, %	36	35	36	33

<sup>1</sup> Кособуцкий Б. Е. - старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

Общей характеристикой производственных результатов корпоративных нефтеперерабатывающих структур является сокращение доли выпуска топочного мазута (-5%) на фоне повышения выхода бензина, дизельного топлива и авиационного керосина в период 2010-2015 гг. (+16%, +7% и +13% соответственно).

Также в период 2000-2015 гг. выявлен стабильно высокий показатель участия корпоративных структур в общепромышленном производстве нефтепродуктов (среднее значение 83%).

Одним из инструментов перестройки структуры выпускаемой продукции в пользу высокорентабельных нефтепродуктов является наращивание отечественных мощностей глубокой переработки сырья – модернизация производства, внедрение российских разработок в технологический процесс, минимизация зависимости отрасли от зарубежных поставщиков.

Как отмечают В.М. Капустин и В.В. Андрианов, одним из основных аспектов реализации программы модернизации и импортозамещения является создание современного комплекса по выпуску качественных отечественных катализаторов для глубокой конверсии нефтяного сырья в высоколиквидные продукты.

В настоящее время структура отечественного рынка катализаторов представлена по большей части иностранными производителями (табл. 2)

Таблица 2

Структура российского рынка катализаторов

Наименование производителя	Доля на российском рынке в 2014 г., %
Газпромнефть-ОМПЗ	14
Стерлитамакский завод катализаторов	12
прочие российские производители	7
Grace	32
BASF	15
Albemarle	7
Axens	4
прочие зарубежные производители	9

Доля отечественных компаний, реализующих отраслевые катализаторы, составляет 33%. Основным производителем по объемам выпускаемой продукции является Газпромнефть-ОМПЗ, произведя в 2014 году 2,5 тыс. тонн катализаторов (табл. 3).

Таблица 3

Ключевые российские производители катализаторов

Наименование производителя	Мощность, тыс. тонн	Объем производства в 2014 г., тыс. тонн
Всего	19,7	4
Газпромнефть-ОМПЗ	3	2,5
Ишимбайский специализированный химический завод катализаторов	10	0,5
Промышленные катализаторы (Рязань)	1	0,2
Ангарский завод катализаторов и органического синтеза	0,9	0,5
Стерлитамакский завод катализаторов	4	0,2
прочие	0,8	0,1

Следует отметить необходимость развития производственных площадок Ишимбайского специализированного химического завода катализаторов, имеющего установленные мощности в объеме 10 тыс. тонн в год, однако в 2014 г. произведшего лишь 0,5 тыс. тонн катализаторов.

В рамках реализации мероприятий импортозамещения Министерством энергетики РФ сформирован план по развитию отечественного катализаторного производства (табл. 4).

Таблица 4

План Минэнерго РФ по импортозамещению катализаторов  
для базовых процессов нефтепереработки

Тип катализаторов для базовых процессов нефтепереработки	Доля импорта в потреблении в 2014 г., %	Прогноз доли импорта в потреблении в 2020 г., %
Изомеризация бензиновых фракций	50	20
Гидроочистка (бензина, дизельного топлива, вакуумного газойля, парафина)	97	45
Каталитический крекинг	65	25
Каталитический риформинг	60	25
Гидрокрекинг	100	45

В настоящее время ведется работа по реализации указанного плана и сокращению импортозависимости российской нефтеперерабатывающей промышленности. На базе Газпромнефть-ОМПЗ создается производство катализаторов для гидропроцессов нефтепереработки (установленная мощность до 6 тыс. тонн в год), увеличиваются производственные мощности по существующим процессам создания катализаторов каталитического крекинга (15 тыс. тонн в год). В 2016 году были проведены промышленные испытания отечественного катализатора для процесса гидроочистки, разработанного Институтом катализа им. Г.К. Борескова СО РАН.

На промышленных мощностях Ангарского завода катализаторов и органического синтеза «Роснефть» создает производство катализаторов риформинга и изомеризации, к концу 2018 года планируя обеспечить внутрикорпоративную потребность на 75% (прогнозная величина спроса составляет порядка 800 тыс. тонн в год). В 2015 году проведена реконструкция Ишимбайского специализированного химического завода катализаторов, позволившая увеличить установленную мощность по производству катализаторов каткрекинга на 12 тыс. тонн в год. Также «НПП Нефтехим» увеличило производство катализаторов для процесса изомеризации до 300 тонн в год, существенно удовлетворив внутренний спрос на данный вид продукции.

Проводимая работа по развитию отечественного катализаторного производства и сокращению импортозависимых областей нефтепереработки направлена на решение стратегических задач по развитию и структурному совершенствованию нефтеперерабатывающей отрасли страны, главным образом зафиксированных в основном программном документе - Энергетической стратегии, утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от

13.11.2009 № 1715-р «Об Энергетической стратегии России на период до 2030 года».

Анализ эффективности реализации этапов, определенных Стратегией, позволит оценить эффективность структурных преобразований и выявить проблемные области в процессе модернизации российских нефтеперерабатывающих корпоративных объединений.

Настоящей Стратегией предусматривается корректировка базовых прогнозных показателей с периодичностью в пять лет. Так в настоящее время в разработке находится проект Энергетической стратегии до 2035 года.

Действующей Стратегией предусмотрена реализация трех последовательных этапов развития энергетического комплекса страны: 1-й (окончание 2013-2015 гг.), 2-й (окончание 2020-2022 гг.), 3-й (окончание 2030 г.). При этом базисной (фактической) датой принят 2008 г.

Анализ показывает наличие положительной динамика в реализации первого этапа Стратегии в области нефтеперерабатывающей промышленности (табл. 5).

Таблица 5

Анализ эффективности реализации Энергетической стратегии России на период до 2030 года в разрезе нефтеперерабатывающей промышленности

№ п/п	Показатель	1-й этап (окончание 2013-2015 г.)	Фактические показатели отрасли	2-й этап (окончание 2020-2022 г.)
1	Добыча нефтяного сырья, млн. тонн	486-495	2008 г. - 487,6 2015 г. - 534,1 2016 г. - 547,5	505-525
2	Переработка сырья, млн. тонн	232-239	2008 г. - 237 2015 г. - 282,9 2016 г. - 280,7	249-260
3	Глубина переработки нефти, %	79	2008 г. - 72 2015 г. - 74,2 2016 г. - 79,2	82-83
4	Индекс комплексности Нельсона, ед.	6	2008 г. - 4,3 2015 г. - 5,26	6,5
5	Выход светлых нефтепродуктов, %	64	2008 г. - 57 2015 г. - 70	67-68
6	Производство автомобильного бензина, млн. тонн	41-43	2008 г. - 35,8 2015 г. - 39,2 2016 г. - 40	46-47
7	Производство дизельного топлива, млн. тонн	79-83	2008 г. - 69 2015 г. - 76,1 2016 г. - 76,3	90-91
8	Производство мазута, млн. тонн	48-50	2008 г. - 63,9 2015 г. - 71 2016 г. - 56,9	40-42

Формирование Энергетической стратегии происходило с учетом влияния глобального экономического кризиса 2008 года на экономику России. Так по

двум позициям (ресурсообеспечение сырьем, объем переработки нефти) по итогам реализации первого этапа предусматривалась заморозка показателей в среднем на уровне 2008 года.

Реализация Стратегии характеризуется увеличением производителями объемов добычи (+7,9% или +39,1 млн. тонн) и переработки сырья (+18,4% или +43,9 млн. тонн) по сравнению с верхней границей установленных Стратегией требований по итогам завершения первого этапа – 2015 г. (табл. 5).

Касательно реализации технологической составляющей требований настоящей Стратегии, следует отметить, что по итогам 2015 года достигнут и превышен только один показатель – выход светлых нефтепродуктов, составивший 70% (превышение установленного уровня на 6 п.п.). При этом данный показатель также превосходит на 2 п.п. требования Стратегии по итогам реализации второго этапа (срок окончания 2020-2022 гг.).

Отметим, что в течение 2016 года были завершены ряд мероприятий по модернизации производственных мощностей, позволивших сократить объем выпуска мазута с 71 млн. тонн (2015 г.) до уровня 56,9 млн. тонн по итогам 2016 года (при требовании Стратегии 50 млн. тонн в 2015 г.).

Существенно сократив объемы выпуска мазута, отечественным нефтеперерабатывающим объединениям удалось по итогам 2016 года повысить глубину переработки сырья (при расчете показателя учитывается доля выхода мазута) до уровня 79,2%, превысив тем самым установленный уровень на 0,2 п.п. В рамках довольно существенного временного периода, которым оперирует Стратегия, полагаем временной лаг в один год несущественным, а, следовательно, требования в части повышения глубины переработки нефтяного сырья по итогам реализации первого этапа можно считать выполненными.

В части производства двух основных видов моторных топлив – дизельное горючее и бензин, также имеется положительная динамика по увеличению объемов производства и повышению качества продукции, однако по итогам 2016 года имеется незначительное отставание от плановых показателей, заложенных в итогах первого этапа Стратегии. Так объем выпуска автомобильного бензина составил 40 млн. тонн (прогноз 41-43 млн. тонн), дизельного топлива 76,3 млн. тонн (прогноз 79-83 млн. тонн).

Также по итогам реализации первого этапа Стратегии не был достигнут установленный уровень (6 единиц) показателя технологической сложности нефтеперерабатывающего производства – индекс комплексности Нельсона, в 2015 году для отечественной нефтеперерабатывающей промышленности составивший 5,26 единиц.

Анализ исполнения требований Энергетической стратегии показывает, что в целом имеется положительная динамика в развитии российских отраслевых корпораций и нефтеперерабатывающей промышленности в целом, однако существует объективная необходимость в реализации программ модернизации производственных площадок и повышении технологического уровня развития корпоративных структур.

### Список использованных источников

1. Андрианов В. Катализаторы: от импортозависимости к монополии // Национальный отраслевой журнал «Нефтегазовая вертикаль». – 2015. - №17-18. – С. 80-85.
2. Андрианов В. Ростки позитива // Национальный отраслевой журнал «Нефтегазовая вертикаль». – 2017. - №07-08. – С. 32-38.
3. Выгон Г., Рубцов А., Ежов С. Основные направления налоговой реформы нефтяной отрасли // VYGON Consulting. - 2017. – Режим доступа: <http://vygon.consulting/products/issue-816>.
4. Капустин В.М. Импортозамещение в нефтепереработке: мечта или реальность? // Главный промышленный портал «Бизнес России». - Режим доступа: <https://glavportal.com/materials/importozameshenie-v-neftepererabotke-mechta-ili-realnost/>. - Дата обращения: 25.08.2017.
5. Министерство энергетики Российской Федерации. - Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/node/910>.
6. Приказ Минэнерго России от 31.03.2015 № 210 «Об утверждении Плана мероприятий по импортозамещению в нефтеперерабатывающей и нефтехимической отраслях промышленности Российской Федерации» // Официальный сайт Министерства энергетики Российской Федерации. – Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/node/1341>.
7. Проект Энергетической стратегии до 2035 года // Министерство энергетики Российской Федерации. - Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/node/1920>. - (редакция от 01.02.2017 г.).
8. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 13.11.2009 № 1715-р «Об Энергетической стратегии России на период до 2030 года» // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_94054/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94054/). - Дата обращения: 20.12.2017.
9. Статистика // Национальный отраслевой журнал «Нефтегазовая вертикаль». – 2010. - №5. - С.75-80 // - 2011. - №3. - С.75-80 // - 2016. - №3-4. - С. 117-124. // - 2017. - №3-4. - С. 124-128.

*Крылова Е.Б.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Московский гуманитарный университет»*

### **УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ СУБЪЕКТОВ-УЧАСТНИКОВ ОТНОШЕНИЙ**

**Аннотация.** В данной статье проводится сравнение ценностных ориентиров субъектов современной российской экономики (граждан, предпринимателей, государственных органов), рассматривается стратегия управления малым

---

<sup>1</sup> *Крылова Елена Борисовна*-доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономических и финансовых дисциплин. АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

бизнесом в процессе трансформации данной системы ценностей, приводится общественная оценка этих процессов.

**Ключевые слова:** ценность, предпринимательская деятельность, государственное регулирование, стратегия управления, субъект бизнеса, малое и среднее предпринимательство.

За длительный период реформирования Российской экономики произошла существенная трансформация ценностных приоритетов и интересов всех субъектов: домохозяйств, субъектов предпринимательской деятельности и государства. В классической модели смешанной экономики при непрерывном товарно-денежном кругообороте субъекты – собственники ресурсов (домохозяйство и государственный сектор) обмениваясь ресурсами с бизнесом на рынках факторов производства и рынках товаров (услуг) выступают как равноправные партнеры. Так ли это на самом деле?

Если рассматривать каждого субъекта рыночных отношений как субъекта конкретной профессиональной деятельности, то на примере новейшей истории российского предпринимательства можно отметить неоднородность предпринимательского сектора и крайнюю уязвимость в отношении многочисленных неопределенностей сферу малого и тем более микро предпринимательства.

При поступательном развитии национальной экономики, устойчивом экономическом росте роль предпринимательского сектора ярко проявляется в осуществлении инвестиционной деятельности, создании новых инновационных продуктов, имеющих для общества явную социальную, экономическую и даже духовную ценность. В этом случае мы имеем дело с ценностью - экономической категорией – способностью материальных и нематериальных продуктов удовлетворять потребности, подчас и не достаточно сформированные и даже инициировать их появление. В данном контексте общество оценивает деятельность предпринимателей позитивно: это и созданные полезности, и новые рабочие места и растущие налоговые выплаты. Но наступает снижение темпов экономического развития, предпринимательская активность меняет свои формы – это уже не инновационные, а традиционные сферы деятельности, не предпринимательство, а «бизнес», получающий выгоду за счет разницы оптовых и розничных цен или собственности на редкие невозпроизводимые ресурсы – и общественная оценка в корне меняется.

Представители наемного труда и его интересов весьма негативно относятся к субъектам, осуществляющим предпринимательскую деятельности из-за многих причин: резкая дифференциация доходов, занижение фонда оплаты труда, необоснованное присвоение части ресурсов, нежелание развивать сферу социального партнерства и ряд других. В условиях кризиса данное негативное отношение легко может перерасти в социальные революции и даже смене типа экономической системы.

Для того чтобы разобраться в ценностных приоритетах модели предприниматель-общество (потребитель, наемный работник) – государство необходимо понять, каковы основные ценности предпринимателя и чем они в корне отличаются от ценностных ориентиров остальных субъектов.

Предпринимательская деятельность как инициативная самостоятельная деятельность, целью которой, как правило, является получение прибыли неизменно связана с риском. Рисковость может быть даже одной из специфических ценностей данной деятельности.

Рассмотрим специфические ценности предпринимательской деятельности в сравнении с традиционными ценностями индивида.

Таблица 1

Ценности гражданина и предпринимателя

Гражданин	Предприниматель
Активная жизнь	<i>Материальные ценности</i> - объект деятельности - средства производства - денежные средства
Жизненная мудрость	
Здоровье	
Интересная работа	
Красота	<i>Социальные ценности</i> - деловые связи - деловая репутация - личная свобода - особый общественный статус
Любовь	
Материальный достаток	
Друзья	
Общественное признание	<i>Духовные ценности</i> - нравственные ценности - эстетические ценности - знания
Познание	
Продуктивная жизнь	
Развитие	
Развлечение	<i>Специфическая ценность</i> - риск
Свобода	
Счастливая семейная жизнь	
Счастье других	
Творчество	
Уверенность в себе	

В данной иерархии ценностей ценности предпринимателя имеют менее субъективную направленность, поскольку реализовать основную цель своей деятельности – получение прибыли без положительной оценки результата со стороны внешней среды (потребителя и собственника ресурсов) невозможно.

Если рассматривать самозанятость как некий переходный этап от наемного труда к классическому предпринимательству (чаще всего в форме юридического лица), то ценностные ориентиры смещаются в сторону субъективной оценки. Риск выступает как особая ценностная позиция, отличающая предпринимателя от наемного работника.

Таким образом, предпринимательскую деятельность можно рассматривать как особый вид деятельности, связанный с определенной системой ценностей, обусловленной как субъективными личностными качествами, так и специфическим образом жизни. Меняется экономическая система – меняется и

роль данного субъекта как социального института по отношению к различным сферам общественной жизни. Данный субъект действует самостоятельно при выборе сферы деятельности, факторов производства и распоряжении полученным конечным результатом.

Общественная оценка роли предпринимательского сектора достаточно противоречива. Самозанятость и индивидуальное предпринимательство встречает сочувствие, среднее и крупное – подчас негативное отношение. Вместе с тем в России на основе Указа Президента отмечается День российского предпринимателя – 26 мая. В этот день – 26 мая 1987 года был подписан ФЗ «О кооперативах», по сути легализовавший предпринимательскую деятельность. Таким образом государство и общество отмечает особую роль предпринимателей.

Ценностные приоритеты государства в отношении предпринимательства можно оценить и на примере программ долгосрочного развития. Так, в Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 года (утверждена Распоряжением Правительства РФ № 1083-р от 2 июня 2016 года) отмечается, что малые и средние предприятия создают 18 млн рабочих мест и около 20% ВВП России. В так называемом «микробизнесе» (предприятиях с численностью занятых до 15 человек) сосредоточено 95,5% всех субъектов предпринимательской деятельности. Вместе с тем вклад МиСП в общие экономические показатели в РФ существенно ниже, чем в большинстве не только развитых, но и развивающихся стран. На МиС предприятия приходится только 5% общего объема основных средств и 6% от общего объема инвестиций в основной капитал. Производительность труда (по оценке Министерства экономического развития РФ) ниже чем в странах большой семерки в 2 -3 раза. В последние годы динамика развития МиСП отрицательна. Так, доля данных предприятий в общем обороте по экономике в целом за 2014 год снизилась с 34% до 32,3%.

По данным проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства 2014» В РФ только 4,7% граждан трудоспособного возраста – начинающие предприниматели (так называемые «стартапы»). Наибольшее значение данного показателя наблюдается в странах БРИКС: Бразилия – 17,2%, Китай – 15,5%, Индия – 6,6%, ЮАР – 7%. В США доля граждан, начинающих собственный бизнес в общей численности трудоспособного населения составляет 13,8%.

Сегодня стратегия развития предпринимательства должна по мнению властей представлять собой «механизм, позволяющий скоординировать действия органов всех уровней, представителей предпринимательского сообщества и организаций инфраструктуры поддержки, обеспечивающий соответствие ожиданиям бизнеса и общества».

Цели (базовые индикаторы) рассматриваемой стратегии к 2030 году:

- увеличение в 2,5 раза оборота МиСП в постоянных ценах 2014 года;
- увеличение в 2 раза производительности труда;
- увеличение доли обрабатывающей промышленности в обороте сектора МиСП до 20%;
- увеличение доли занятого населения до 35%;
- увеличение доли МиСП в ВВП до 40%.

Важной задачей Стратегия видит раскрытие предпринимательского потенциала – формирование нового поколения предпринимателей путем вовлечения в предпринимательскую деятельность различных групп граждан путем:

- объявления 2018 года годом предпринимательства в РФ;
- формирования государственного заказа в области развития тематик, связанных с формированием позитивного образа предпринимателя (фильмы, реклама и т.п.);
- поддержки проектов и мероприятий в области предпринимательского просвещения (наука, культура, образование, интернет-проекты);
- проведением праздничных мероприятий;
- развитием системы адаптации высвобождаемых работников и развитие их предпринимательской активности.

### **Список использованных источников**

1. Вандышева Е.Ю. Ценностные ориентации предпринимателя и критерии разумности риска в предпринимательской деятельности. / Социально-экономические явления и процессы. // №3, 2014. С.223-228.
2. Гарванова М. З., Гарванов И. Г. Исследование ценностей в современной психологии // Современная психология: материалы III междунар. науч. конф. — Казань: Бук, 2014. — С. 5-20.
3. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 года/ Распоряжение Правительства РФ № 1083-р от 2 июня 2016 года.

*Кузьмина А. А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА И ПРЕДПРИЯТИЙ ДРУГИХ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ ФОРМ**

**Аннотация.** Рассмотрены основные задачи и компоненты корпоративной культуры организации. Изучены основные отличия корпоративной культуры народных предприятий от культуры традиционных частнокапиталистических предприятий. Сформулированы выводы о определенных преимуществах предприятий с коллективной формой хозяйствования по сравнению с традиционными предпринимательскими структурами.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, корпоративное сознание, коллективная форма хозяйствования, управленческие процессы.

Изучение модели корпоративной культуры позволяет понять ценностную основу фирмы, определить проблемы, препятствующие сбалансированному и устойчивому развитию компании, а также оценить уровень вовлеченности тру-

---

<sup>1</sup> Кузьмина Ангелина Александровна - студентка четвертого курса, направление «Менеджмент» АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

дового коллектива в управленческие процессы организации или предприятия.

На корпоративную культуру оказывает весомое влияние деятельность руководства. Правила поведения любой менеджер будет устанавливать только на основе высказывания директоров и их реакций на разные ситуации, список этих правил далее спускается на более низкие уровни. Так сотрудники узнают, какие из форм поведения приемлемы и предпочтительны. Как правило, большинство работников предпочитают, чтобы их компания отличалась от других, имела свои обычаи и традиции. Это создает атмосферу сплоченности и доверия в коллективе и способствует созданию образа уникальной организации. «Сильная» корпоративная культура формирует чувство ответственности и приверженности организации, а «слабая» свидетельствует об отсутствии общих ценностных ориентиров.

Основными задачами корпоративной культуры являются:

- развитие чувства общности всех членов трудового коллектива и мобилизация их энергии для достижения поставленных перед ним целей;
- формирование определенного имиджа организации, отличающего её от ряда других организаций;
- создание определенных форм поведения и восприятия, целесообразных в рамках конкретной организации;
- обеспечение социальной стабильности в организации, содействие сплоченности коллектива и др.[3].

Главная функция корпоративной культуры — формирование в сознании членов трудового коллектива образа, при котором работники отождествляли бы себя с организацией. Групповое самоопределение и идентификация являются проявлением корпоративного сознания — важного индикатора эффективных организационных коммуникаций и сильной корпоративной культуры [4].

Основными компонентами корпоративной культуры являются: базовые ценности, разделяемые большинством членов организации; стиль руководства и лидерства (в т.ч. стили разрешения конфликтов); действующая система коммуникации, деловой этикет и поведенческие нормы; положение индивида в организации, мотивация и стимулирование работников; фирменный стиль, принятая символика, установившиеся церемонии и ритуалы [2].

Рассмотрим результаты исследования и определим насколько значительно отличается корпоративная культура народных предприятий от культуры традиционных частнокапиталистических предприятий на примере трех крупных предприятий г. Набережные Челны. В этот список вошли три предприятия с различными организационно-правовыми формами: общество с ограниченной ответственностью (ООО "Алюминиевые Профильные Системы"), закрытое акционерное общество (ЗАО "Челны-Хлеб") и народное предприятие (НП "КБК"). Все три предприятия сопоставимы по времени функционирования. Компании взаимодействуют с официально трудоустроившимися членами своих производственных коллективов в рамках трудового законодательства, дают им социальные гарантии, своевременно выплачивают заработную плату, предоставляют набор дополнительных социальных льгот и т. д.

В форме анонимного анкетирования был проведен опрос. Работникам трёх указанных предприятий были заданы следующие вопросы:

1. Отметьте, на сколько баллов по 5-балльной шкале трудовой коллектив, разделяет указанные корпоративные ценности?

2. Какие поощрения за достижения в труде со стороны руководства предприятия являются для Вас наиболее важными?

3. В чем, на Ваш взгляд, заключаются причины большинства конфликтов в Вашем подразделении?

4. Насколько уровень Вашей заработной платы соответствует, Вашему профессиональному уровню?

5. Что могло бы стать причиной Вашего увольнения?

Анализ опыта работы членов коллективов обследованных предприятий (Рис. 1) дает основание для вывода о наиболее высокой степени устойчивости трудового коллектива на «НП КБК». Доля работников со стажем работы более пяти лет в общем числе респондентов «НП «КБК» составляет 89%. Аналогичный показатель на ЗАО «Ч» – 20%, ООО «А» – 18%. со стажем более 10 лет – 66%.

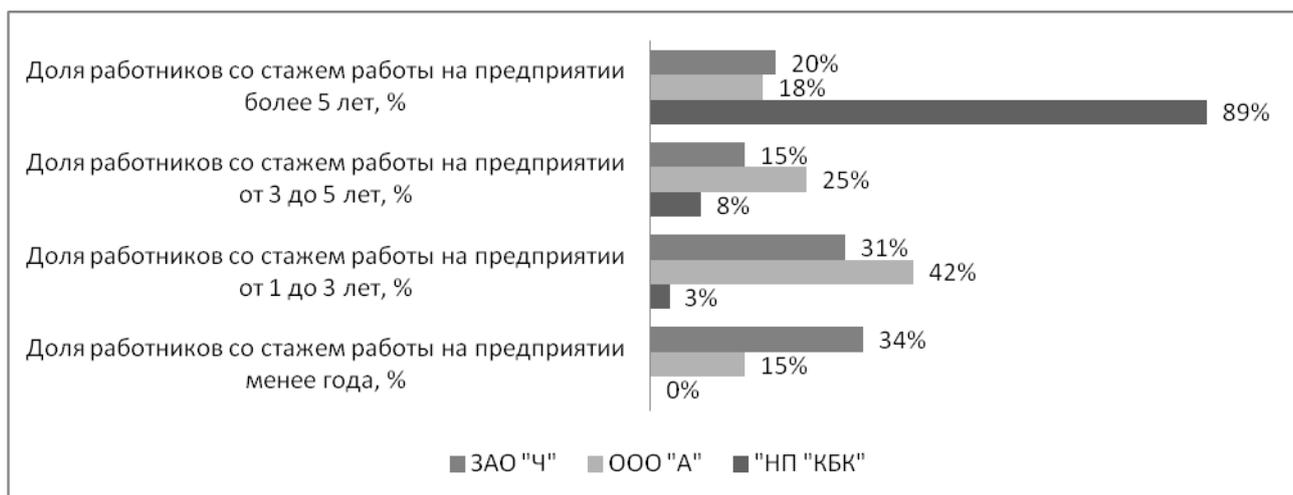


Рисунок 1. Стаж работы персонала предприятий ЗАО «Ч», ООО «А», «НП «КБК», г. Набережные Челны, 2016 г.[1].

Уровень корпоративной культуры трех предприятий оценивался по девяти критериям (командный дух, профессионализм, ответственность, исполнительность, целеустремленность, гордость за предприятие, стремление к получению новых знаний, доверие к руководству, доброжелательность).

Рассмотрим результаты. Работники «НП «КБК» дали оценку уровню корпоративной культуры по всем критериям выше 3,50 баллов (Рис. 2). На других обследованных предприятиях значение аналогичного показателя, в среднем, – ниже трёх (в частности, оценка уровня культуры по такому критерию, как «доверие руководству» на ЗАО «Ч» – 2,90 баллов, на ООО «А» – 2,70).

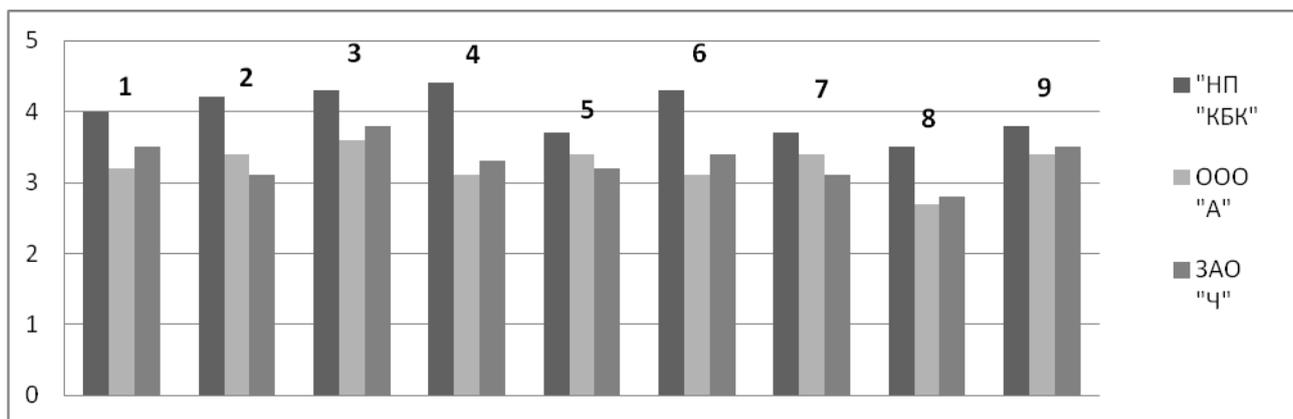


Рисунок 2. Оценка уровня корпоративной культуры на ЗАО «Ч», ООО «А», «НП «КБК», г. Набережные Челны, их работниками, 2016 г., баллы.[1]

Оценка членов трудового коллектива уровня культуры по всем критериям, в среднем, на «НП «КБК» (3,97 балла) выше аналогичных показателей на других предприятиях (ЗАО «Ч» – 3,20, ООО «А» – 3,24). Наиболее высоко работники комбината оценили уровень культуры по таким критериям, как командный дух (4 балла), профессионализм (4,06), ответственность (4,30), исполнительность (4,40), гордость за предприятие (4,20). (Рис.2). На основании полученных результатов можно сделать вывод о более высоком уровне корпоративной культуры на коллективном предприятии, по сравнению с двумя частными предприятиями.

Кроме того, в рамках обследования работники предприятий оценили девять видов поощрений за достижения в труде (благодарности руководства, социальные льготы, денежные вознаграждения и пр.). Наиболее значимым видом поощрения для членов коллективов всех трех предприятий является денежное поощрение. (табл.1).

Таблица 1

Анализ видов поощрений на предприятии [1]

Ответы на вопрос "Какие поощрения за достижения в труде являются для Вас наиболее важными (выбрать из перечня)"?	Доля отметивших вид поощрения в общем числе респондентов на "НП "КБК", %	Доля отметивших вид поощрения в общем числе респондентов на ООО "А", %	Доля отметивших вид поощрения в общем числе респондентов на ЗАО "Ч", %
Денежное вознаграждение	82	98	96
Благодарственное письмо	6	2	4
Продвижение по службе	26	15	0
Устная благодарность	11	12	9
Общественное признание	14	5	4
Социальные льготы	53	40	47
Приказ по организации	15	8	9

Обучение за счет предприятия	30	29	31
Вынесение на доску почета	4	1	0

Доля работников, давших такую оценку, в общей численности респондентов на «НП «КБК» составила 82%. На двух других предприятиях значение показателя и вовсе приблизилось к 100% (на ЗАО «Ч» – 96%, на ООО «А» – 98%). Кроме того, важными для сотрудников «НП «КБК» являются такие виды поощрения, как социальные льготы (доля таких работников в общей численности членов трудового коллектива сотрудников комбината составила 55%), обучение (30%), карьерный рост (26%). Члены коллективов двух других предприятий также оценивают эти виды поощрения как значимые.

Рассмотрим результаты ответа на вопрос «В чем, на Ваш взгляд, причины большинства конфликтов в Вашем подразделении?» (рис.3).

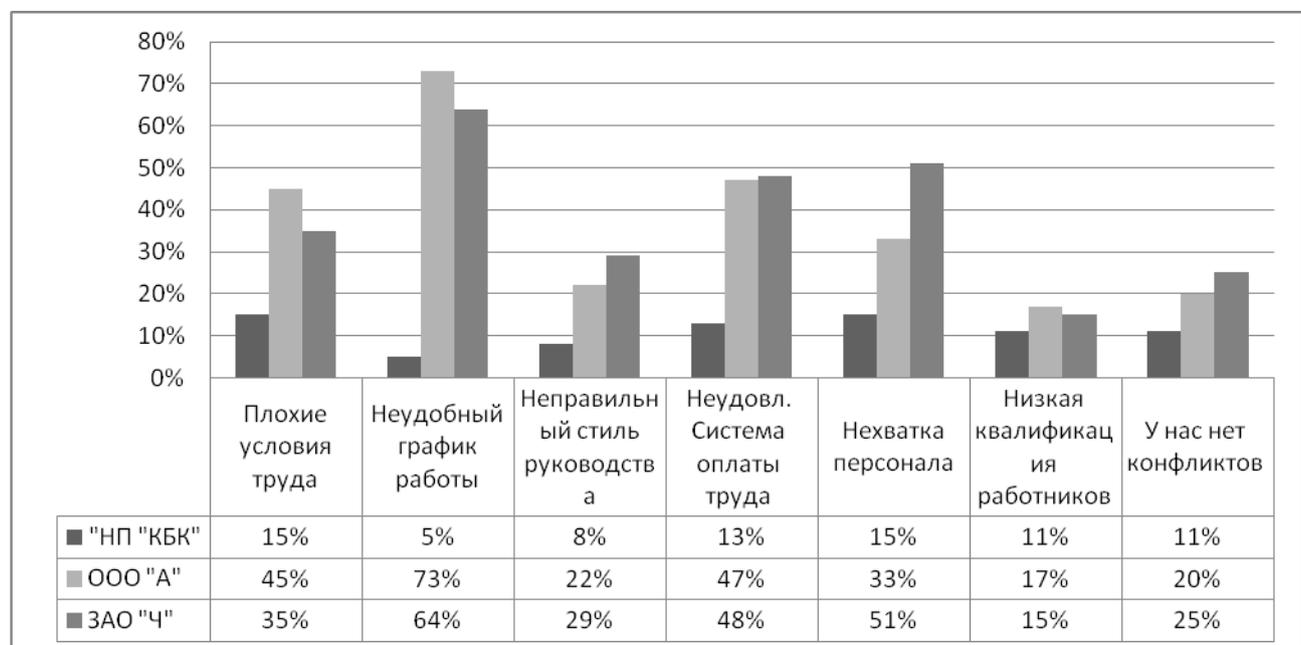


Рисунок 3. Причины конфликтов на предприятии (мнение работников трудовых коллективов ЗАО «Ч», ООО «А», «НП «КБК», г. Набережные Челны).[1]

Анализ ответов респондентов на «НП «КБК» показывает, что ни одна из причин разногласий не является основной. Доля ответов работников комбината в общей численности респондентов ни по одному из вариантов не превысила 15%.

Решающим фактором, определяющим решение работника о выборе или смене места работы, является его оценка уровня своей заработной платы. Ответы членов трудовых коллективов обследованных предприятий на вопрос «Насколько уровень Вашей заработной платы соответствует, на Ваш взгляд, Вашему профессиональному уровню?» демонстрируют, в целом, их удовлетворённость этим соответствием. В наибольшей степени удовлетворены уровнем

оплаты труда работники «НП «КБК» – 25% респондентов. Значение аналогичного показателя на ЗАО «Ч» – 5%, на ООО «А» – 7%. (Рис.4).



Рисунок 4. Оценка работниками ЗАО «Ч», ООО «А», «НП «КБК», г. Набережные Челны, уровня их заработной платы [1]

Ответы работников предприятий на вопрос анкеты «Что могло бы стать причиной Вашего увольнения?» Большая часть работников обследованных предприятий традиционной формы хозяйствования (83% на ЗАО «Ч» и 80% на ООО «А») поставили на первое место такую причину как “низкая заработная плата”, то значение аналогичного показателя на НП «КБК» составило 31%. (табл.2).

Таблица 2

Анализ удовлетворенности условиями труда на предприятиях [1]

Ответы на вопрос “Что может стать причиной Вашего увольнения?”	Доля отметивших вид поощрения в общем числе респондентов на “НП “КБК”, %	Доля отметивших вид поощрения в общем числе респондентов на ООО “А”, %	Доля отметивших вид поощрения в общем числе респондентов на ЗАО “Ч”, %
Серьезные личные причины	27	7	5
Неудовлетворительный размер заработной платы	31	83	80
Плохие отношения в коллективе	22	4	5
Отношения с непосредственным руководителем	16	15	13
Режим работы (график)	25	42	47
Условия труда	12	31	41
Характер (суть) работы, профессия	2	2	4

Исходя из данных проведенного опроса, можно сделать следующие выводы в пользу предприятий с коллективной формой хозяйствования. Степень удовлетворенности работников коллективного предприятия многими условиями является более высокой по сравнению с предприятиями традиционной формы хозяйствования. Члены коллектива народного предприятия характеризуются такими чертами, как более высокий уровень солидарности, исполнительности, целеустремленности, ответственности, стремления к получению новых знаний, гордости за свое предприятие, в то время как на традиционных предприятиях наиболее значимый фактор – уровень заработной платы. Кадровая политика НП, как правило, предусматривает следующие условия работы членов трудового коллектива: высокий уровень заработной платы; постоянное повышение уровня производственной культуры; комфортное рабочее место, отвечающее всем требованиям безопасности в соответствии с установленными нормами.

### Список использованных источников

1. Хабибуллин Р. И. Коллективное предпринимательство в России: к вопросу об организационно-экономических мерах поддержки становления и развития // Российское предпринимательство. 2016. т.17. № 18.
2. Грошев И.В. Корпоративная культура / И.В. Грошев. – М.: ЮНИТИ, 2013. – 558 с.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2008.
4. <http://www.my-ref.net> – my-ref.net.

*Мысаченко В. И.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Филиппова Т. Е.<sup>2</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ

**Аннотация:** в статье рассмотрены общие проблемы экономического развития, эффективность использования ресурсов в Российской Федерации и изложены отдельные аспекты ее улучшения.

**Ключевые слова:** ресурсы, блага, потребность, труд, земля, капитал, эффективность, редкость, инвестиции, ВВП, АПК, кредит.

Целью функционирования любой экономической системы является удовлетворение потребностей общества и индивидов. Именно на это направлено производство, процесс, неразрывно связанный с потреблением товаров

---

<sup>1</sup> *Мысаченко Виктор Иванович*-доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Экономической теории и актуальных проблем экономики». АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>2</sup> *Филиппова Татьяна Евгеньевна* - студентка первого курса, направление «Экономика» АНО ВО «Национальный Институт Бизнеса»

и услуг, использованием имеющихся в распоряжении общества ресурсов для их производства [16,17]. С расходом ресурсов для удовлетворения потребностей связаны все проблемы экономического развития, и все решения экономических проблем базируются на двух фундаментальных аксиомах. Первая аксиома - потребности общества (индивидов и институтов) безграничны, полностью неутолимы. Вторая аксиома - ресурсы общества необходимые для производства товаров и услуг, ограничены или редки. Потребность-это нужда в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности развития личности и общества в целом. Товары и услуги, в которых испытывают потребности люди, исчисляются миллионами, и их круг постоянно расширяется. Экономисты изучают потребности, то есть желания потребителей приобрести и использовать товары и услуги, доставляющие им удовольствие.

Историю экономической цивилизации можно представить, как процесс формирования и реализации потребностей. В процессе удовлетворения потребностей формируются новые в количественном и качественном отношении потребности, их структура изменяется, приоритеты смещаются, развивается взаимозаменяемость. Непрерывное возрастание потребностей подтверждается экономической эволюцией человечества. Полагают, что в течение каждых десяти лет количество видов потребительских товаров и услуг увеличивается более чем в два раза. Эта историческая закономерность давно обусловлена и может быть названа «экономическим возвышением потребностей». Человек прошел все этапы—от примитивного потребления ресурсов природы до рационального использования природных, человеческих и произведенных человеком ресурсов[18].

Потребности многообразны. Они подразделяются на первичные, удовлетворяющие жизненно важные нужды человека (питание, одежда, жилье), и вторичные, к которым относятся все остальные (на пример потребности досуга: театр, кино, спорт и др.) Широкая разновидность продуктов, предназначенных для удовлетворения потребностей, подразделяется на предметы первой необходимости и предметы роскоши. Потребности делятся на материальные и духовные, и те, и другие удовлетворяются товарами и услугами, доставляющими людям пользу, т.е. свойства, удовлетворяющие их потребности. К материальным относятся и услуги, которые наравне с товарами удовлетворяют наши потребности (примером может быть: стрижка волос, ремонт стиральной машины, консультация юриста и др.). Так же к ним относятся потребности предприятий, правительственных учреждений и общественных организаций. Всем предприятиям необходимы здания, оборудования, складные помещения и многое другое для производственных целей. Обществу, для удовлетворения коллективных потребностей граждан страны, необходимы больницы, школы, дороги, военная техника.

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности, называются благами. Потребности бывают также экономические и неэкономические. Экономические - это те потребности, для удовлетворения которых необходимо производство, неэкономические - потребности, которые могут

быть удовлетворены без наличия общественного производства (например, потребность в воздухе, чтобы дышать) [18]. Для производства экономических благ используются экономические ресурсы. Экономические ресурсы — это совокупность различных элементов производства, которые могут быть использованы в процессе создания материальных и духовных благ и услуг.

Все экономические ресурсы с точки зрения их роли в процессе производства принято делить на три вида: трудовые, природные и инвестиционные. К трудовым ресурсам относятся люди, их рабочая сила, предпринимательские способности; к природным — земля, ее недра, леса и воды; к инвестиционным — средства производства, которые образуют капитал. Без наличия всех трех видов ресурсов процесс производства невозможен. Кроме того, различают материальные (средства и предметы труда), финансовые (денежные средства, направленные в производство), информационные (данные, необходимые для функционирования автоматизированного производства и управления им с помощью компьютерной техники) ресурсы.

В каждый данный момент необходимые для хозяйственной деятельности ресурсы ограничены. Тот факт, что отдельная вещь встречается редко или малодоступна, для экономиста не определяется как «ограниченность ресурсов». Последнее характеризует ситуацию, когда ресурсов не хватает для того, чтобы полностью удовлетворить потребности каждого человека. В любой стране хотят иметь больше благ и услуг, чем они получают. В реальной жизни человечество использует далеко не все имеющиеся ресурсы. Иногда ранее использовавшиеся ресурсы могут превратиться в «лишние» и ненужные. Например, избыток рабочей силы в периоды экономического спада производства. Но это не отменяет того факта, что на данный момент времени имеется определенное количество экономических ресурсов.

«Ограниченность ресурсов» называют часто редкостью ресурсов относительно безграничности человеческих потребностей. Последние постоянно растут и изменяются по мере развития общества, роста хозяйственной деятельности, расширения рынка и т.д. В экономической теории различают абсолютную и относительную ограниченность ресурсов. Под абсолютной ограниченностью понимается недостаточность производственных ресурсов для одновременного удовлетворения всех потребностей членов общества. Но если уменьшить круг потребностей, то абсолютная ограниченность ресурсов становится относительной, ибо для ограниченного круга потребностей ресурсы относительно безграничны. Абсолютная ограниченность в основном характерна для природных и трудовых ресурсов; относительная — для материальных, финансовых, информационных ресурсов. Проблема редкости осложняется тем, что отдельные ресурсы (например, полезные ископаемые) не только ограничены, но и невозпроизводимы. Сегодня человечество не знает, как восстановить их запасы. Другие экономические ресурсы воспроизводимы. Например, на месте вырубленного сада можно вырастить новые фруктовые деревья. Правда, для этого потребуется 5-10 лет. Но так как ресурсы ограничены, то общество должно сделать выбор.

Суть проблемы выбора состоит в том, что если каждый используемый для удовлетворения многообразных потребностей экономический ресурс ограничен, то всегда существует проблема альтернативности его использования и поиска лучшего сочетания редких ресурсов.

Выбирая, общество вынуждено от чего-то отказаться, чем-то поступиться, т.е. принести некую жертву, чтобы получить желаемый результат. То, от чего мы отказываемся, называется вмененными (скрытыми) издержками достижения выбранного результата. Выбор приходится делать отдельно-му человеку (при наличии определенной суммы денег пойти в театр или купить видеокассету), фирме (при расширении производства купить новые станки или нанять дополнительное количество работников), государству (увеличить армию или построить больницу и т.д.).

Любое общество, каждый экономический агент стремится эффективно использовать ресурсы. Они стараются получить максимальное количество товаров и услуг, произведенных из ограниченных ресурсов. Чтобы добиться этой цели, общество должно полностью использовать свои ресурсы и таким образом обеспечить получение наиболее возможного объема производства. На основе выше изложенного нам представляется важным проанализировать использование имеющихся ресурсов в Российской Федерации (РФ).

Российская Федерация располагает значительными запасами природных ресурсов: 1-ое место по газу, железным рудам, апатитам, лесным насаждениям; 2-ое по нефти; 3-е по углю и земле и т.д. Все это свидетельствует о том, что мы по уровню производства валового внутреннего продукта (ВВП) должны занимать первые позиции в мировой таблице о рангах. Известно, что РФ унаследовала примерно 2/3 экономического потенциала СССР. Тем не менее, продолжавшийся в годы «самостоятельного» развития (вследствие недостатка инвестиций) износ основных производственных фондов привел к существенному старению парка машин и оборудования. По оценкам экспертов, к середине 90-х годов 20 века свыше 1/2 основных фондов в России нуждались в немедленной замене в интересах обеспечения нормального хода развития отечественной промышленности и транспорта [6,8,13].

Продолжавшийся процесс развития промышленности износ основных фондов привел к существенному старению парка машин и оборудования [2,5,7,12]. Средний возраст оборудования в 1990 г составлял 10,8 лет, в 2000 г – 18,7 лет, в 2005г – 31,5 [13]. Из таблицы 1 видно, что при росте ВВП, снижен рост промышленности и сельского хозяйства. Следует отметить, что рост ВВП достигнут за счет повышения цен на сырьевую экспортную продукцию (нефть, газ, металлы). Реальные располагаемые денежные доходы населения снизились в 2015г. по отношению к 1990 г. на 5%.

Таблица 1

## Экономическая динамика Российской Федерации (в млрд. руб.)

Показатели	Годы				Темп рост2015 к 1990 в %
	1990	2000	2008	2015	
<b>ВВП (реальный)</b>	<b>570,40</b>	<b>383,40</b>	<b>637,80</b>	<b>649,64</b>	<b>113,9</b>
<b>Продукция про- мышленности</b>	<b>101,3</b>	<b>108,7</b>	<b>100,6</b>	<b>96,6</b>	<b>95</b>
<b>Продукция сельско- го хозяйства</b>	<b>100,0</b>	<b>60,7</b>	<b>72,1</b>	<b>95,2</b>	<b>95</b>
<b>Реальные распола- гаемые денежные доходы населения<sup>1</sup></b>	<b>85</b>	<b>112</b>	<b>102</b>	<b>95</b>	

Видимой причиной такого положения дел является низкая инвестиционная и инновационная активность в реальном секторе российской экономики [3,4,11,15]. Общий объем инвестиций к 2000г. в основной капитал сократился по сравнению с 1990г. почти в 3,5 раза. При этом после кратковременного всплеска роста инвестиций в основной капитал (105,3%-1999г., 117,4%-2000г.) вновь началось замедление не только темпов их роста, но и сокращение абсолютных размеров прироста инвестиций [17].

Среднегодовые темпы прироста в 2003-2008г.г. порядка 8% не решали задачи обновления основного капитала, отвечающего требованиям конкурентно-способной экономики.

Уже в 2013 г Российская экономика вступила в стагнацию, что проявилось в замедлении экономического роста, падении инвестиции в основной капитал и практически нулевом уровне промышленного производства. В силу инвестиционного спада в 2014 г закономерным стало дальнейшее замедление экономического роста даже без внешнего давления. Введение санкции только ускорили переход от стагнации к рецессии, которая в 2015 г стала неминуемой [16].

В сложившейся ситуации в стране взят курс развития экономики на импортозамещение ряда важных видов продукции, ее структурную трансформацию [3,6,8,]. Так, если снижение роста ВВП в 2015 г составило 4,5%, то рост продукции АПК (агропромышленного комплекса) за тот же период вырос на 3%. Такой рост был достигнут за счет выдачи субсидированных кредитов АПК. В настоящее время в целях преодоления структурного кризиса и оживления экономики необходимы инвестиции [1,9,710,14]. Нам представляется, что для этих целей необходимо использовать, прежде всего, внутренние резервы. В ряде госкорпораций на счетах аккумулируются порядка 23 трлн. руб. нераспределенной прибыли плюс 32 трлн. руб. населения РФ, которые лежат на депозитах

<sup>1</sup> В %-ах по отношению к 1990 г.

банков, пенсионные сбережения, средства, вложенные в страхование, акции и пр. Вторым источником должны стать доступные кредиты банков.

Таким образом, в современных, во многом изменившихся условиях Россия располагающая довольно значительными запасами разнообразных полезных ископаемых, определенными интеллектуальными, финансовыми ресурсами, опираясь на опыт развития развитых и ряда развивающихся стран может осуществить структурную трансформацию экономики и на этой основе увеличить рост ВВП, что поможет вывести страну в группу развитых стран мира.

#### **Список использованных источников**

1. Игнатов Н.Г., Николаев Д.В. Бизнес - планирование как фактор инвестиционного развития энергетического машиностроения // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-2 (67-2). С. 932-934.
2. Игнатов Н.Г., Шулепов А.С. Развитие инновационной деятельности фармацевтической промышленности / В сборнике: Ценности и интересы современного общества. Материалы IV международной научно-практической конференции. 2016. С. 91-98.
3. Ильюк В.В. Управление конкурентоспособностью работников организации на основе развития системы внутреннего контроля. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук // М.: Московский гуманитарный университет. Москва, 2012.
4. Ильюк В.В. Методические положения по коммерциализации инноваций на примере применения изделий радиочастотной идентификации в процессах логистики / Учебное пособие. -М.: Изд-во ИПК МИЭТ, 2016.
5. Лещинская А.Ф. Лещинская М.В. Система финансирования инновационных наукоемких технологий // Экономика в промышленности 2013. № 4. С. 34-38.
6. Мысаченко В.И. Структурная перестройка промышленности и конкурентоспособность предприятий. Монография. // М.: Национальный институт бизнеса, 2007.
7. Мысаченко В.И. К вопросу о социально - ориентируемой реструктуризации предприятий фармацевтической отрасли // Вестник академии. 2015. №4. С. 80-84.
8. Мысаченко В.И. Формирование и развитие механизма структурных преобразований в промышленности России // диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Московский гуманитарный университет. - Москва, 2009.
9. Мысаченко В.И., Елисаветченко И.В. Структурные сдвиги в фармацевтической отрасли и ее реструктуризация // Представительная власть-XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2012. № 4. С. 20-23.
10. Мысаченко В.И. Экономико-правовые аспекты госрегулирования структурных преобразований в отраслях машиностроения // Ученые труды Российской академии адвокатуры и нотариата. 2015. № 2 (37). С. 107-112.
11. Мысаченко В.И., Комаров В.Ю. Регулирование инвестиционных процессов в структурных преобразованиях машиностроительного комплекса // Бизнес в законе. 2011. №1. С. 225-228.

12. Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г., Шулепов А.С. Стимулирование инновационного развития фармацевтической отрасли / В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 29-37.
13. Мысаченко В.И. Технологические инновации и структурная перестройка отечественной промышленности // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 315. С. 176-180.
14. Dudin M.N., Mysachenko V.I., Mironova N.N., Divnenko O.V. etc. Green technology and renewable energy in the system of the steel industry in Europe//International Journal of Energy Economics and Policy. 2017. Т. 7. № 2. С. 310-315.
15. Решетов К.Ю. Специфика обеспечения конкурентоспособности инновационных предпринимательских структур России в условиях глобализации // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2012. № 4. С. 35–39.
16. Салимова Т.А Роль России в современном мировом хозяйстве и развитие ее внешнеэкономических связей // Вестник национального института. Выпуск 28, 2017.)
17. Экономика: учебное пособие/ коллектив авторов под ред. В. И. Мысаченко - М., 2015.
18. Экономическая теория: учебник для вузов/под редакцией В.Д. Камаева-М., 2003.

*Макеева В.Г.<sup>1</sup>*

*ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»*

*Шим Г.А.<sup>2</sup>*

*ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»*

## **ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

**Аннотация.** Рассмотрены особенности использования проектного управления в компаниях малого и среднего бизнеса в целях повышения их конкурентоспособности. Исследован механизм организации и развития проектных офисов в инновационных компаниях малого и среднего бизнеса как перспективной формы проектного управления.

**Ключевые слова:** управление проектами, проекты и программы, инновационный проект, инновации, малые и средние предприятия, проектный офис.

Многие годы экономисты высказывали такое суждение, что в экономике существует тенденция развития крупных предприятий. Этой точки зрения придерживался и Й.Шумпетер: крупные предприятия являются несомненным дви-

---

<sup>1</sup> *Макеева Виктория Геннадиевна* – кандидат экономических наук, доцент, доцент ФГБОУ ВО «Государственный университет управления».

<sup>2</sup> *Шим Галина Андреевна* - кандидат экономических наук, доцент, доцент ФГБОУ ВО «Государственный университет управления».

гателем прогресса, потому как они устраивают естественный отбор. Как в животном мире: выживает сильнейший, так и на современном рынке – та же концепция. Именно поэтому крупные компании способствуют подавлению мелких организаций, которые не способны выдержать сильнейшего натиска со стороны своих конкурентных противников, поэтому уходят с рынка [2].

Однако малый и крупный бизнес не взаимоисключают, а дополняют друг друга. Более того, в отдельных странах малые и средние предприятия занимают доминирующее положение как по числу, так и по удельному весу в производстве товаров, выполнении работ, оказании услуг.

Именно малым и средним предприятиям свойственна мобильность и быстрая скорость реагирования на происходящие изменения в бизнес-окружении. Таким образом, малый и средний бизнес достаточно часто выступает агентом заимствования, адаптации и разработки новых инновационных технологий, драйвером инновационного развития экономики.

В этой связи проектное управление является на сегодняшний день одной из популярных концепций управления инновационно-технологическим потенциалом не только крупных компаний, но и средних и малых инновационных предприятий.

Что же означает управление проектами? Определение понятия «проектное управление» содержится в стандарте DIN 69901-5: 2009-01 «Менеджмент проектирования». В соответствии с ним управление проектами - это набор задач, организация, техники и средства разных управленческих уровней для инициирования, определения, планирования, контроля и завершения проектов. В целом, управление проектами - это применение навыков, знаний, методов и инструментов для проектной деятельности в соответствии с требованиями и целями проекта.

Однако большинство малых и средних предприятий недооценивают важность проектного управления, воспринимают его как привилегию крупных промышленных компаний и структур. Например, статистика западных стран показывает, что каждое девятое предприятие малого и среднего бизнеса не использует или не систематически использует управление проектами. Трудности в использовании методологии проектного управления часто связаны с тем, что управление проектами не всегда приводит к желаемому результату. При этом влияние неудачного проекта на деятельность малого предприятия порой соизмеримо, если не больше, с влиянием успешного проекта компании. Не оправдавшие себя финансовые и человеческие затраты вызывают разочарование в идее проектного подхода.

Кроме того, низкий уровень зрелости организационного управления проектами в малых и средних компаниях тормозит широкое использование проектного управления в таких организациях. В соответствии со стандартом ISO модель зрелости – это модель, которая отражает необходимые элементы эффективных процессов и описывает путь постепенного улучшения от незрелых процессов к регламентированным зрелым процессам с повышенным качеством и эффективностью [1]. Под зрелостью организационного управления проектами в свою очередь понимается способность организации отбирать проекты и управ-

лять ими таким образом, чтобы это максимально эффективно поддерживало достижение её стратегических целей [4].

Хотя управление проектами имеет достаточно широкий спектр методов и инструментов, однако они ограничены в использовании или вовсе не применяются в деятельности малых и средних предприятий. Этому обстоятельству способствует и то, что не всегда известны эмпирически доказанные факторы успеха проекта и возможности их активного управления. Потому существующие стандарты проектного управления в малых и средних предприятиях должны быть адаптированы к их ресурсным и инфраструктурным особенностям.

Для успешного управления проектами на предприятиях малого и среднего бизнеса в управлении используются следующие функции [5]:

- управление предметной областью проекта необходимо для контроля над содержанием проекта, его целями;

- управление качеством применяется для контроля соответствия результатов проекта требованиям и стандартам;

- управление временем необходимо всегда, так как время – один из основных ресурсов проекта, который невозможно накопить и восполнить;

- управление бюджетом проекта, так как финансовые средства – еще один важнейший ресурс проекта;

- управление персоналом требуется, если в проекте занято достаточное количество персонала и требуется работа по подбору и обучению его для выполнения работ проекта, если же проект реализуется силами небольшого по численности и слаженного персонала фирмы, то возможно управление персоналом и не потребуется;

управление коммуникациями требуется в любом проекте, так как проектирует информационные потоки и планирует документооборот между участниками проекта и внутри команды проекта;

- управление рисками необходимо в малых и средних проектах для снижения уровня неопределенности проекта.

Знание проектной методологии, а именно подсистем управление качеством; управление персоналом; управление ресурсами (материальными); управление коммуникациями (информационными ресурсами); управление рисками помогает компаниям малого и среднего бизнеса реализовывать проекты быстрее и с меньшими ресурсами. В итоге управление проектами означает не что иное, как структурированный подход к решению сложных, инновационных задач.

Дальнейшее расширение применения методологии проектного управления, на наш взгляд, связано с развитием офисов управления проектами как важной тенденцией последних лет в области инновационного менеджмента. Офис управления проектами способствует более эффективной разработке, планированию и реализации инновационных проектов в рамках заявленной стратегии. В частности, проектный офис позволяет увеличить количество проектов, сфокусированных на стратегические цели организации, с 19% до 65%. Обширные исследования показывают, что проектное управление, в том числе, на базе офиса управления проектами, значительно коррелирует с уровнем инновацион-

ных способностей организации: 82,3% реализуемых проектов позволили повысить корпоративную эффективность по сравнению со среднеотраслевыми показателями.

Проектный офис в организации можно рассматривать как инструмент инновационного развития. С этой точки зрения, основное внимание проектного офиса уделяется созданию условий для эффективного функционирования процесса внедрения инноваций компаниями малого и среднего бизнеса.

Можно выделить следующие роли проектного офиса и соответствующие им задачи:

Роль поддержки (профессионализация проектного управления). Когда новые проекты и программы становятся частью предпринимательской культуры, проектный офис призван ее поддерживать и развивать за счет выполнения, в том числе, таких сервисных функций, как поддержка проектного документооборота, предоставление организационной, административной и информационной поддержки инновационным проектам и программам, осуществление планирования и отчетности.

Стоит отметить, что проектные офисы в крупных компаниях занимаются разработкой и поддержкой методологии и корпоративной системы проектного управления. Однако, в малом и среднем бизнесе не все компании могут позволить себе это, поскольку требуются большие финансовые вложения (в первую очередь, на подбор и обучение высококвалифицированных специалистов и приобретение или разработку собственной информационной системы проектного управления). Кроме этого, в малых и средних компаниях остро стоит вопрос обучения персонала проектному управлению (профессионализация). Эффективные инновационные подходы в образовании относятся одновременно и к содержанию образовательной деятельности (учебно-методические элементы), методам обучения, структуре организации и административным процессам, а также формам кооперации и финансирования [3]. В этом случае проектный офис решает задачу «центра обучения», передавая ноу-хау в управлении инновационными проектами и программами.

Роль контроллинга (улучшение координации между участниками проекта, контроль за соблюдением целевых показателей проекта). Решение задач контроллинга в рамках реализации инновационных проектов и программ позволяет объективно измерять достигнутый результат, выявлять риски и решать сложные вопросы, связанные с динамичной средой инноваций.

Для эффективного контроля в малых и средних компаниях проектные офисы рекомендуется создавать на уровне организации. Здесь структура, как правило, несложная, содержит не так много функциональных подразделений. Создавать дополнительные офисы на уровне подразделений (как это делается в крупных компаниях) нецелесообразно: затраты на их функционирование будут в разы превышать полученный за их счет доход.

Роль координации (координация использования ресурсов, отбор проектов). Ресурс-менеджмент является одной из главных функций любого проектного офиса абсолютно во всех организациях. Основная задача данного направления деятельности – это рациональное распределение ресурсов (материаль-

ных, финансовых, трудовых) среди инновационных проектов, реализуемых в организации. Для этого на основе собранной информации проектный офис определяет, какому проекту и в какой момент будет необходим тот или иной ресурс. Особенностью реализации проектов в малых и средних предприятиях является, как правило, их срочность (небольшая продолжительность по времени) и малый бюджет. При этом свободные ресурсы отсутствуют, поскольку такие компании не могут позволить себе наличие дополнительных ресурсов. Именно поэтому проектный офис должен особенно тщательно контролировать ход выполнения проекта с целью принятия своевременных и адекватных решений по перераспределению ресурсов.

#### Список использованных источников

1. ISO/IEC. (2008). FCD 24765— Systems and Software Engineering Vocabulary. Geneva: International Organization of Standardization
2. Абдулина О.В. Роль крупных предприятий в трудах К.Маркса, Й.Шумпетера, Дж.Гебрейта // Евразийское Научное Объединение. – 2016. — №5 (17). —С.71-72
- 3.Макеева, В.Г. (2016) Вариативность и инновации в образовательной деятельности // Львовские чтения – 2016: сб. статей Всероссийской научной конференции / Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ, 2016. с.94-96
4. Полковников А., Терпугов А., Белозеров А. Что такое модели зрелости управления проектами? [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://www.cfin.ru/itm/project/opmmm.shtml>
5. Разу М. И др. Управление программами и проектами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 8. - М.: «Инфра-М», 1999. - 392 с.

*Музалёв С.В.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Московский гуманитарный университет»*

### ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

**Аннотация:** В статье рассмотрены основные возможности по формированию системы бюджетирования в организациях. Также рассмотрены основные особенности бюджетирования в организациях малого бизнеса

**Ключевые слова:** бюджет, бюджетирование, расходы, система ценообразования.

Одним из эффективных инструментов управления и контроля в организации является система бюджетирования. Для нашей страны — это новое явление.

---

<sup>1</sup> *Музалёв Сергей Владимирович* – кандидат экономических наук, доцент, доцент Департамента учета, анализа и аудита ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», доцент кафедры экономических и финансовых дисциплин АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Оно возникло в начале 1990-х годов в качестве альтернативы традиционной системе производственного планирования.

Сейчас бюджетирование является наиболее популярной управленческой технологией. Все большее число организаций внедряет эту процедуру. Бюджетирование особенно актуально для организаций малого бизнеса, ведь именно в этой сфере необходимо очень чутко реагировать на малейшие изменения рыночной конъюнктуры, обеспечивая оптимальную оборачиваемость в условиях ограниченных финансовых ресурсов.

Однако не всем удается организовать бюджетный процесс таким образом, чтобы он давал реальные результаты. Упрощенные методики не позволяют адекватно оценить деятельность компании, что приводит к некорректным управленческим решениям.

Таким образом, изучение возможных способов построения систем бюджетирования и разработка на их основе новых, ориентированных на специфику организаций малого бизнеса, является достаточно актуальным на современном этапе развития рыночных отношений в нашей стране.

Для того чтобы разработать форматы основных бюджетов и определиться с набором операционных бюджетов, необходимо разобраться с классификацией затрат организаций малого бизнеса. Согласно Налогового кодекса РФ расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты (ст. 252 НК РФ), а доходами – выручка от реализации товаров и услуг и внереализационные доходы (ст. 249, 250 НК РФ) [1].

Классификация расходов необходима и потому, что разные виды расходов нормируются и планируются по-разному. Все виды затрат могут быть разделены на две основные категории: постоянные (условно-постоянные) и переменные (условно-переменные). Главным критерием распределения является экономическое содержание расходов [2].

В управленческом учете критерием разделения служит порядок отнесения различных категорий расходов на себестоимость продукции. Расходы делятся на прямые и косвенные (ст. 318 НК РФ) [1].

В процессе бюджетирования выделяют наиболее важные статьи затрат для конкретной организации.

При формировании бюджетов организаций малого бизнеса наибольшее внимание стараются уделять таким бюджетам, как «Бюджет коммерческих расходов», «Бюджет общехозяйственных расходов», т.к. эти бюджеты содержат до 2/3 всех статей затрат организации.

Специфика доходных и расходных статей бюджета организаций малого бизнеса накладывает также определенные ограничения на контроль и анализ ее бюджетов. Так, важнейшими объектами контроля и анализа становится система ценообразования [4].

В конечном итоге, финансовое управление описывается тремя основными бюджетами [3]:

- бюджет доходов и расходов (БДР);
- бюджет движения денежных средств (БДДС);
- прогнозный (плановый) баланс.

И составляя все эти бюджеты, необходимо представлять различия в целях построения каждого из них. Типовой ошибкой при построении бюджетных систем является смешение принципов выбора бюджетных статей для различных видов бюджетов.

Бюджет доходов и расходов (БДР) определяет экономическую эффективность хозяйственной деятельности и формирует основной финансовый результат деятельности организаций.

Бюджет движения денежных средств (БДДС) носит прикладной характер, т.к. непосредственно планирует и фиксирует реальные денежные потоки. Он определяет платежеспособность организации как разницу поступлений и выплат денежных средств за период.

Прогнозный (плановый) баланс – определяет экономический потенциал и финансовое состояние организации формируется на основе БДР и БДДС.

В организациях малого бизнеса используются следующие операционные бюджеты:

- бюджет продаж - показывает попериодный объем продаж по видам товаров и в целом по организации в натуральных и стоимостных показателях на протяжении бюджетного периода;

- бюджет товарных запасов - показывает минимально допустимый уровень запасов товаров, подлежащих реализации в течение бюджетного периода;

- бюджет закупок товаров - регулирует попериодный объем закупок товара и формируется на основе бюджета продаж и бюджета товарных запасов;

- бюджет управленческих расходов - отражает информацию о расходах на заработную плату персонала (административно-управленческого, вспомогательного), арендные и коммунальные платежи, командировочные расходы и другие (общезаорганизационные) расходы;

- бюджет коммерческих расходов включает расходы по реализации товаров;

- бюджет накладных расходов информирует о прочих расходах организации в течение бюджетного периода.

Главным назначением операционных бюджетов является более тщательная подготовка исходных данных для всех основных бюджетов, а также перевод планируемых показателей из натуральных в стоимостные.

Бюджеты обычно составляются в виде двух форм: планов-графиков начисления затрат и графиков оплаты (график погашения дебиторской задолженности и график погашения кредиторской задолженности). Данные этих графиков используются для составления бюджета движения денежных средств, поэтому они формируются на тот же временной период, что и БДР и БДДС.

При разработке бюджетов важна правильная последовательность их формирования, т.к. итоговые данные одних бюджетов могут служить исходными данными для других бюджетов.

Для организаций малого бизнеса бюджетирование начинается с составления бюджета продаж, который основывается на прогнозах сбыта. Прогноз объема продаж является предварительным этапом подготовки бюджета доходов и продаж. Для подготовки бюджета продаж необходимо определить, какой товар,

по какой цене и в каком количестве можно будет реализовать в планируемом периоде.

В бюджете продаж должен быть представлен график поступлений денежных средств от проданных товаров, который необходим для составления БДДС. Здесь важно отсортировать все действующие контракты по срокам оплаты, а также оценить степень выполнения покупателями своих обязательств. В основном, выделяют следующие сроки оплат: предоплата, оплата по факту получения и продажа товара с отсрочкой платежа (т.е. в кредит).

Одновременно с бюджетом продаж целесообразно составлять бюджет коммерческих расходов, т.к. они непосредственно связаны между собой и, как правило, формируются одними структурными подразделениями.

В бюджете коммерческих расходов большая часть статей планируется в процентах к объему продаж. Величина процента зависит от жизненного цикла товара. Коммерческие расходы можно классифицировать по разным критериям, например, по видам товаров, категориям покупателей, географии сбыта и др. Большой удельный вес в коммерческих расходах составляют маркетинговые расходы (т.е. затраты на рекламу и продвижение товара на рынке).

Следующим шагом является составление бюджета запасов товара на конец планируемого периода. Бюджет товарных запасов напрямую связан с бюджетом продаж. На складах должен поддерживаться оптимальный уровень запасов для того чтобы избежать затоваривания и увеличения издержек.

Структура бюджета закупок зависит от сложности организации бизнес-процессов в компании и может состоять как из одного, так и из нескольких бюджетов. Несколько бюджетов выделяются, если в закупках участвует не одно подразделение. Это позволяет ускорить подготовку и согласование бюджетов, т.к. процессы можно вести параллельно.

Следующим бюджетом является бюджет управленческих расходов. В нем приводятся различные расходы, связанные с обслуживанием коммерческой деятельности организации. Особенностью является большое число разнородных статей и большое количество заинтересованных отделов. Вызывает также затруднение обоснование конкретных сумм затрат на рекламу и заработную плату, т.к. каждое подразделения обычно стремится заявить максимальные суммы по этим статьям.

Составив все эти предварительные бюджеты, можно приступать к формированию генерального бюджета, который начинается с бюджета доходов и расходов. Но если в организации планируются большие капиталовложения, то сначала необходимо составить финансовый бюджет или бюджет капитальных вложений (инвестиционный).

Формирование бюджета является сложным, многоступенчатым процессом, поэтому необходимо определить финансовую структуру и назначить лиц, ответственных за формирование и исполнение бюджета, а также стоит подумать и об автоматизации системы бюджетирования.

Для организаций малого бизнеса лучше всего сначала разработать бюджетную модель в Excel.

Программные продукты для автоматизации бюджетирования конечно не заменят опытного специалиста, но оперативность получения информация позволит упорядочить все учетные процессы, повысить оперативность учета и оптимизировать финансовое состояние организации.

#### Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 27.11.2017) // Собрание законодательства РФ, 07.08.2000, № 32, ст. 3340.
2. Безвезюк К.В., Решетов К.Ю. Бухгалтерский учет в России и за рубежом: сходства и различия // Экономика и предпринимательство, №3-2(80-2), 2017, с. 1098-1102.
3. Дудин М.Н., Лясников Н.В., Решетов К.Ю. Экономико-математическое моделирование процессов разработки и принятия управленческих решений на предприятиях и в предпринимательских структурах // Экономика и предпринимательство, №2(55), 2015, с. 924-930.
4. Суглобов А.Е. Драчена И.П. Музалев С.В. Методологические и концептуальные основы стандартизации аудиторской деятельности в России // Аудитор, №12(238), 2014, с. 3-14.

*Надеждин В. А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

### ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОЦЕССОВ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КОЛЛЕКТИВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Аннотация.** В данной статье рассматривается государственная поддержка процессов становления и развития коллективного предпринимательства.

**Ключевые слова:** государственная поддержка, процессы становления и развития коллективного предпринимательства, коллективное предпринимательство.

Одним из наиболее значимых условий становления и развития народных предприятий является поддержка государства. Как показывает мировой опыт, коллективные формы хозяйствования способны реализовать в полной мере свой потенциал лишь при господдержке их деятельности на начальном этапе развития. Государственная поддержка - осуществляется во всех странах, преследует цель иметь достаточно эффективный сектор производства сырья и продовольствия, социальную стабильность на селе и экологическую безопасность. Предпринимательская деятельность (граждан и юридических лиц) осуществляется, как говорится на свой страх и риск, с имущественной ответственностью в пределах, определенных организационно-правовой формой. В зависимости от формы собственности предпринимательство подразделяется на индивидуаль-

---

<sup>1</sup> *Надеждин Валерий Алексеевич* - студент третьего курса, направление «Экономика» АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

ное, частное, коллективное, государственное. Коллективное предпринимательство осуществляется в форме кооперативов. Производственный кооператив — это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности. Главная особенность коллективного предпринимательства — обязательное участие члена кооператива в его делах личным трудом. [ 1 ]



Рисунок 1. Модель поддержки бизнеса

Осуществление государственной поддержки предпринимательство регламентировано в ГКУ ст.48, соответственно которой с целью создания благоприятных организационных и экономических условий для развития предпринимательства органы власти на условиях и в порядке, предусмотренных законом выполняют такое:

- предоставляют предпринимателям земельные участки, передают государственное имущество, необходимое для осуществления предпринимательской деятельности;
- оказывают содействие предпринимателям в организации материально-технического обеспечения и информационного обслуживания их деятельности, подготовке кадров;
- осуществляют первоначальное обустройство неосвоенных территорий объектами производственной и социальной инфраструктуры с продажей или передачей их предпринимателям в определенном законом порядке;
- стимулируют модернизацию технологии, инновационную деятельность, освоение предпринимателями новых видов продукции и услуг;
- предоставляют предпринимателям другие виды помощи.

Вдобавок, государство должно оказывать содействие развитию малого предпринимательства, создавая для этого необходимые предпосылки. [ 2]

В целом предпринимательство делится на две полярных сферы - на государственное и частное предпринимательство. Государственным предпринимательством является форма осуществления бизнесов-процессов от лица предприятия, основанного государственными органами управления, уполномоченными (соответственно действующему законодательству) на управление государственным имуществом (государственное предприятие) или органами местного самоуправления (муниципальное предприятие). Частным предпринимательством есть активная инновационная деятельность от лица частного предприятия или предпринимателя (если такая деятельность осуществляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности). В обоих случаях предпринимательская деятельность предусматривает инициативность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибыли. Основное отличие государственного предпринимательства от частного заключается в том, что его деятельность не направлена исключительно на получение прибыли, государство стремится к достижению кроме коммерческих, определенных социально-экономических целей. Таким образом, современное предпринимательство нельзя сводить к усилиям изолированных частных собственников любыми средствами увеличить свой капитал. Сегодня речь идет о высококвалифицированной, интенсивную деятельность распорядителей интеллектуальной и материальной собственности. [ 3]

Предпринимательство коллективное (партнёрство)– форма организации предпринимательской деятельности, в которой два или более предпринимателя принимают совместные решения и несут личную имущественную ответственность за ведение дела. Коллективное предпринимательство может осуществляться в следующих формах:

- производственного кооператива (артели);
- общества с неограниченной ответственностью (полное товарищество);
- коммандитного общества (товарищество на вере);
- общества с ограниченной ответственностью;
- акционерного общества (корпорации).

Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Выделяются открытые и закрытые акционерные общества. Иногда также выделяют общества с дополнительной ответственностью.

Предпринимательство коммерческое – предпринимательская деятельность, преследующая извлечение прибыли в качестве своей основной цели. Коммерческое предпринимательство может осуществляться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий. Предпринимательство некоммерческое – деятельность, целью которой не является получение прибыли и, соответственно, не предусматривающая распределение полученной прибыли между участниками. Некоммерческое предпринимательство может осуществляться в форме потребительских кооперативов, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов. [ 4]

#### **Список использованных источников**

1. Теплов. В. П. Словарь по экономической теории. — Новосибирск: РГТЭУ, Новосибирский филиал. 2007.
2. Малое и среднее предпринимательство в России. 2013: Статистический сборник. – М.: Росстат, 2013.
3. <https://studfiles.net>.
4. <https://studopedia.ru>.

*Пайгина А. А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

### **РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ВАШ ДОМ»)**

**Аннотация.** Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме - разработке конкурентной стратегии. В ней раскрывается содержание понятия стратегия и рассматриваются базовые стратегические подходы. А также проводится анализ деятельности организации «Ваш Дом» и на ее примере осуществляется разработка конкурентной стратегии.

**Ключевые слова:** конкурентная стратегия, разработка, анализ, стратегические подходы, рынок, прибыль.

Современное предприятие сталкивается с множеством проблем. Источниками этих проблем являются высокая степень неопределенности рыночной ситуации, ужесточение конкуренции в бизнесе, нехватка финансовых ресурсов. В таких условиях компания не может ограничиться только текущим планиро-

---

<sup>1</sup> *Пайгина Альфия Асиятовна* - студентка четвертого курса, направление «Менеджмент» АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

ванием и оперативным управлением. Необходимо разработать стратегию, которая позволит компании добиться успеха на рынке.

Стратегия предприятия – это взаимосвязанный перспективный план действий, который разрабатывает предприятие для достижения долгосрочных целей с учетом собственного потенциала, а также внешних факторов[1].

Рассмотрим основные конкурентные стратегии, которые компании могут использовать в своей деятельности.

Выделяются три потенциально успешных базовых стратегических подхода[9]:

1. Абсолютное лидерство в издержках.
- 2 Дифференциация.
- 3 Фокусирование.

Первый вариант состоит в достижении абсолютного отраслевого лидерства в издержках на основе совокупности экономических мер, направленных специально на эту цель.

Чтобы обеспечить лидерство в издержках, необходимо минимизировать затраты в таких областях, как обслуживание, система сбыта, реклама[5].

Лидерство в издержках налагает на предприятие ряд обязательств, которые оно должно выполнять, чтобы сохранить свою позицию: реинвестировать в современное оборудование, списывать устаревшие активы, избегать расширения специализации производства, отслеживать технологические усовершенствования[8].

Второй базовой стратегией является дифференциация продукта или услуги, предлагаемой предприятием, т.е. создание такого продукта или услуги, которая воспринималась бы в рамках всей отрасли как уникальная.

Стратегия дифференциации в случае успешной реализации является действенным средством достижения прибыли выше среднеотраслевого уровня, так как она создает прочную позицию противостояния конкурентным силам. Дифференциация защищает от конкурентного соперничества, поскольку создает лояльность потребителей к бренду и снижает чувствительность к цене продукта.

Третья базовая стратегия – фокусирование на определенной группе покупателей, виде продукции или географическом сегменте рынка. Как и дифференциация, фокусирование может принимать разнообразные формы. Однако если цели стратегии низких издержек или дифференциации распространяются на отрасль в целом, то стратегия фокусирования означает сосредоточение на более узкой цели.

Универсальной стратегии не существует. Каждая компания должна определить, какая из стратегий является для нее наилучшей, учитывая свою позицию в отрасли, а также свои цели, возможности и ресурсы[1].

Разработка конкурентной стратегии всегда начинается с анализа текущей ситуации компании. После того, как вся необходимая информация собрана, приступают к формированию конкурентной стратегии[2], [10].

В рамках написания данной статьи была проанализирована деятельность компании ООО «Ваш Дом» и на ее примере разработана конкурентная стратегия.

Общество с ограниченной ответственностью «Ваш Дом» было создано 20 декабря 1998 года. Основным видом деятельности предприятия является розничная торговля строительными товарами.

ООО «Ваш Дом» - это организация, которая постоянно развивается и совершенствуется. А это значит, что у потребителей уже сформировался определенный эффект дифференциации и от степени лояльности покупателей к бренду зависит очень многое. Поэтому очень важно сделать так, чтобы лояльность к марке не только не уменьшилась, но и, наоборот, возростала все больше и больше. Именно для этого компании необходимо сейчас серьезно задуматься над вопросами стратегии развития и повышения своей конкурентоспособности.

Всю информацию о деятельности фирмы можно кратко обозначить в виде сильных и слабых сторон предприятия, которые будут являться наиболее важными параметрами при разработке конкурентной стратегии, а также возможностей и угроз.

Нами был проведен SWOT – анализ для предприятия «Ваш Дом» (таблица 1).

При его проведении первоначально выявляются слабые и сильные стороны- это факторы внутренней среды, которые будут способствовать или препятствовать эффективной работе фирмы, а также возможности и угрозы – факторы внешней среды, которые благоприятствуют или препятствуют развитию и эффективному функционированию организации.

*Таблица 1*

SWOT – анализ предприятия «Ваш Дом»

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
1. Девятнадцать лет на рынке. 2. Стабильная работа с поставщиками. 3. Широкий рынок сбыта. 4. Квалифицированный рабочий персонал. 5. Хорошая репутация.	1. Отсутствие доставки товара клиенту. 2. Цены выше, чем у лидеров рынка. 3. Слабое управление запасами. 4. Недостаточность рекламы.
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
1. Увеличение покупательского спроса. 2. Периодически проводимые семинары для персонала фирм. 3. Налаживание связи с оптовыми сетями.	1. Снижение покупательной способности населения. 2. Растущая требовательность покупателей. 3. Нестабильность цен поставщиков.

На основе собранных данных разработаем конкурентную стратегию для компании «Ваш Дом». Главная цель компании – стать лидером на рынке, завоевать наибольшую долю рынка. Данная стратегия будет основана на стратегии дифференциации.

Дифференциация, или, другими словами, обособление товара на рынке, означает способность предприятия обеспечить уникальность и более высокую ценность (по сравнению с конкурентами) продукта для покупателя с точки зрения уровня качества, наличия его особых характеристик, методов сбыта, послепродажного обслуживания.

По характеру направленности можно выделить инновационную и маркетинговую стратегии дифференциации[4].

Для компании «Ваш Дом» разработаем маркетинговую стратегию дифференциации.

Маркетинговая стратегия дифференциации предполагает достижение конкурентных преимуществ путем создания отличительных свойств, связанных не с самим продуктом, а с его ценой, упаковкой, методами доставки; размещением, продвижением, послепродажным обслуживанием (гарантии, сервис), торговой маркой, которая создает особенный имидж[3], [7].

Из таблицы 1 видно, что у компании отсутствует доставка товара к клиенту, что имеет большое значение для потребителя. Также компания не достаточно использует рекламу в своей деятельности, а реклама, в свою очередь, является одним из эффективных инструментов продвижения товара.

Для устранения слабых сторон и повышения своей конкурентоспособности на рынке ООО «Ваш Дом» предлагается:

1. Организовать доставку товара к потребителям.

Существует несколько способов доставки товара к клиенту. Один из самых эффективных способов – создание собственной службы доставки. Этот вариант, на первый взгляд, кажется сложным, затруднительным, но он имеет свои преимущества. Только свою курьерскую службу можно заставить, к примеру, контролировать правильность упаковки.

Исходя из этого, руководству компании «Ваш Дом» рекомендуется создать собственную службу доставки.

2. Создать службу технической поддержки онлайн и по телефону.

Базовой стратегией клиентского сервиса любой компании является предоставление качественной поддержки максимальному количеству своих клиентов с целью увеличения их удовлетворенности.

Возможность обращаться по интересующимся вопросам к специалистам компании (онлайн и по телефону) создадут лояльность потребителей к марке и снизят чувствительность к цене продукта.

Реклама является ярким, гибким и динамичным инструментом маркетинга. рекламы:

- телевидение;
- интернет;
- наружная реклама.

Телевидение является самым действенным способом рекламы. Компании «Ваш Дом» предлагаем рекламировать свою продукцию на каналах «Россия 1» и «НТВ», так как по рейтингу телеканалов они являются наиболее популярными.

Вторым по эффективности видом рекламы является интернет. Рекомендуем организации создать собственный сайт, на котором можно будет помещать разъяснительные статьи, описывающие достоинства и преимущества новых строительных материалов, их особенности.

Третье результативное средство - наружная реклама. Компании «Ваш Дом» предлагаем размещать рекламу на билбордах, так как они являются одним из эффективных инструментов продвижения.

#### 4. Ввести систему скидок.

Система скидок позволяет сформировать круг постоянных покупателей и стимулирует увеличение объема покупок.

Руководству ООО «Ваш Дом» рекомендуется использовать следующие виды скидок:

##### а) Система дисконтирования для постоянных клиентов.

Данный метод стимулирует покупателя на совершение повторных покупок. Дисконт в 5%, выдаваемый уже при первой покупке, может не отразиться на рентабельности предприятия, однако повысит лояльность покупателя.

##### б) Система скидок на период распродаж.

Если предприятие изначально установит значительную наценку на товар, любая акция по стимулированию сбыта будет более эффективной. Например, скидка в 50% обязательно привлечет покупателя.

Итак, предложенные стратегические действия направлены на устранения «слабых сторон» предприятия, и максимальное использование его потенциала. Реализация данной стратегии требует немалых экономических и финансовых затрат, однако, при успешном ее внедрении, результаты будут видны сразу, а в долгосрочной перспективе принесут немалую прибыль и обеспечат устойчивую и эффективную деятельность данному предприятию.

Таким образом, очевидно, что разработка и реализация стратегии предприятия является одним из важнейших элементов его деятельности, и во многом определяет будет ли предприятие успешно функционировать на рынке в течение длительного времени.

#### **Список использованных источников**

1. Глухенко Н.В., Уточкин В.Г. Стратегия предприятия: учебное пособие. - М.: Университет экономики и управления, 2005.
2. Грибок Н.Н., Горский Д.А., Дивненко О.В. Управление корпоративной информационно-коммуникационной экосистемой: стратегия и инновации // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2017. № 3-2017. С. 30-35.
3. Дивненко О.В., Горский Д.А., Грибок Н.Н. Развитие профессиональных компетенций руководителей высшего и среднего звена: тенденции, вызовы, практика. Монография. – М.: Социум, 2017.

4. Дивненко О.В. Основы инновационного менеджмента. – М.: Национальный институт бизнеса, 2012.
5. Дивненко О.В., Горский Д.А. Роль профессиональных компетенций сотрудников бизнес-структур в повышении производительности труда: психологический аспект // Вестник Национального института бизнеса. 2017. № 28. С. 148-154.
6. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. - СПб.: Питер, 1999.
7. Дудин М.Н., Лясников Н.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. - М.: Кнорус, 2016.
8. Мокроносов А. Г., Маврина И.Н Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие. - Екатеринбург: Урал ун-та, 2014.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: методика конкурентов. - М.: Альпина Бизнес-Букс, 2005.
10. Actually.pro. URL: [http://actually.pro/Report\\_samples/actually.pro-competition-strategy.pdf](http://actually.pro/Report_samples/actually.pro-competition-strategy.pdf)

*Решетов К.Ю.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Данекер Мария (Германия)<sup>2</sup>*

## **СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ГЕРМАНИИ: СХОДСТВА И ОТЛИЧИЯ**

**Аннотация.** В данной статье описывается роль малого предпринимательства в экономике в целом и его значение в экономике России и Германии. Также в статье раскрываются современные особенности и проблемы развития малого предпринимательства в России и Германии, приводятся различные методы решения данных проблем.

**Ключевые слова:** предпринимательство, бизнес, малое предприятие, малое предпринимательство, мировая экономика, экономика в современных условиях, экономика России, экономика Германии, бизнес в России, бизнес в Германии.

В современном мире, когда такие необратимые процессы, как глобализация и международная экономическая интеграция все быстрее набирают обороты, а рыночная экономика становится более распространена среди государств, необходимость в изучении экономик разных стран возрастает. Для людей открываются новые возможности по развитию предпринимательства не только в пределах своего государства, но также и за рубежом, что дает огромный толчок для развития и укрепления мировых экономических отношений, появления но-

---

<sup>1</sup> Решетов Константин Юрьевич – доктор экономических наук, профессор АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

<sup>2</sup> Данекер Мария - студентка (Германия)

вых транснациональных компаний. Также это дает возможность странам открывать для себя и привносить в национальную экономику что-то новое, взятое у других государств.

Именно поэтому вопрос развития предпринимательства в наши дни является наиболее актуальным, т.к. благодаря частному бизнесу развивается экономика страны как на национальном, так и на международном уровне [1,2].

В данной статье речь пойдет о малом предпринимательстве как об одном из самых гибких и простых из возможных видов бизнеса.

Предпринимательская деятельность - это деятельность, осуществляемая на свой страх и риск с целью получения и максимизации прибыли при помощи продажи продукции, товаров (выполнения работ, оказания услуг) [3,4].

Малое предпринимательство (или малый бизнес) основывается на деятельности малых предприятий или небольших фирм, которые не входят в какие-либо монополистические объединения [5,6].

Для экономики в государственных масштабах малое предпринимательство как деятельность имеет большое значение. Оно помогает поддерживать необходимый уровень конкуренции в стране [7,8]. Это обеспечивает рост качества продукции (товаров, работ, услуг), предлагаемых населению, за счет стимулов более полно использовать навыки, рабочую силу, материальные и прочие ресурсы. Также малый бизнес дает возможность развивать хозяйственную деятельность в периферийных районах государств, благодаря чему сглаживается экономическая дифференциация внутри населения и, как следствие, укрепляется и стабилизируется национальная экономика в целом [9,10]. Малое предпринимательство стимулирует спрос на тот или иной вид продукции (товаров, работ, услуг) путем диверсификации предложения, тем самым обеспечивая экономический рост.

Также, как и любой вид предпринимательской деятельности, малый бизнес предоставляет дополнительные рабочие места, уменьшая уровень безработицы в стране и повышая уровень жизни населения, т.е. оказывает весомое воздействие на динамику социально-экономического развития страны в целом, что, в свою очередь, является неотъемлемой частью экономической безопасности [11].

Малый бизнес помогает смягчать колебания состояния макроэкономического процесса воспроизводства. Он развивается в тех сферах, где возникает неудовлетворенный спрос и помогает обеспечить необходимое предложение, тем самым сбалансировав эти два фактора [12].

Кроме того, предприятия малого бизнеса участвуют в формировании бюджетов всех уровней. Помимо того, что предприятия платят свои собственные налоги, они создают рабочие места, являясь источником доходов населения, что помогает сбору налогов с физических лиц. В сравнение с представителями среднего и крупного бизнеса, малые предприятия стараются исправно и своевременно платить налоги [13,14].

Также по сравнению с крупными предприятиями, малые предприятия более рационально используют ресурсы, т.к. не могут себе позволить содержание

избыточных запасов рабочей силы, сырья и т.д., а это значит, что в экономике повышается эффективность их использования.

Занятие малым бизнесом является способом раскрытия внутреннего потенциала личности, его творческой стороны, а не только возможностью заработать средства для существования [15,16]. Реструктуризация экономики вынуждает все большее число граждан заниматься самостоятельной предпринимательской деятельностью.

Благодаря гибкости и доступности малого предпринимательства, оно является проводником инновационной активности и, можно сказать, ее источником, потому что, как правило, малые предприятия и организуются как инновационные, предлагающие какое-то ноу-хау в виде новой продукции (товаров, работ, услуг) [17,18,19]. Такие формы предпринимательства требуют меньше стартового капитала, имеют преимущество в виде маленькой конкуренции или ее отсутствия, у них намного короче путь от идеи до ее реализации, они успешнее экономят на административно-управленческих расходах благодаря простоте процедуры управления [20,21]. У собственников малых предприятий, как правило, высокий уровень личной мотивации в достижении успеха.

Оказание помощи малому предпринимательству, его активная многосторонняя поддержка, создание для его развития всех необходимых условий, грамотное стимулирование предпринимателей и инновационной активности малого бизнеса являются одними из важных задач государственной политики любой страны [22].

В России малый бизнес начал зарождаться после периода «застоя» в 80-е годы. В начале 90-х годов произошла приватизация старых госпредприятий, этот процесс отразился и на малом бизнесе. Перераспределение госсобственности помогло еще больше развиваться предпринимательству, потому что государственные предприятия больше не могли выдержать конкуренцию со стороны частных. Командно-административная система не позволяла в полной степени удовлетворять потребности населения, поэтому именно переход к рыночной экономике во многом помог развитию малого предпринимательства в стране.

В настоящее время вклад малого бизнеса в экономику России весьма неоднозначен. С одной стороны, количество предприятий в сфере малого бизнеса на территории РФ стало увеличиваться с каждым годом. Так, например, в 2001 г. число малых предприятий в стране составляло 843 тыс. [23], а по данным на 2015 г. их стало уже 2222,4 тыс. [24] (большая часть из них - микропредприятия). Этот рост объясняется тем, что на протяжении всего периода развития предпринимательства государство принимает различные меры по поддержке малого бизнеса: совершенствует законодательную базу, на всех уровнях разрабатывает государственные программы поддержки малого бизнеса, тем самым пытаясь создавать условия для экономического роста. К сожалению, несмотря на большое количество малых и микропредприятий, «в России малый бизнес развит слабо. Доля ВВП малых предприятий составляет до 10 %, в развитых странах мира до 60 %» [25].

Основой поддержки и развития малого бизнеса является Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" [26], где в статье 6 изложены основные цели и принципы государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации.

Роль малого бизнеса в экономике России, безусловно, велика, об этом свидетельствует и Указ Президента РФ «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» [27], согласно которому в число показателей эффективности работы региональных властей включены показатели занятости на малых предприятиях и их вклада в валовой региональный продукт.

Следует выделить *основные проблемы развития малого предпринимательства в России*:

1. Неразвитая инновационная инфраструктура.
2. Недоступность свободных денежных средств и высокая банковская ставка.
3. Высокие налоговые ставки.
4. В последнее время закрытые иностранные рынки.
5. Высокий уровень бюрократизации и нереализуемость многих государственных инициатив и др.

*Малое предпринимательств в наши дни является стратегическим фактором, в первую очередь, не только развития страны, но и ее сохранения. Сегодня поддержка и развитие малого предпринимательства, решение выше изложенных проблем должны стать для Российской Федерации одной из главных экономических задач.*

Далее рассмотрим вопросы развития малого предпринимательства в Германии.

Малый бизнес в Германии имеет свою интересную историю развития и отличительные черты. Еще в эпоху зарождения капитализма, когда только начали появляться первые крупные предприниматели, создаются торгово-промышленные палаты, которые становятся первыми объединениями по сотрудничеству в сфере торговли и производства. Торгово-промышленные палаты в настоящее время развились до уровня государственных органов, и каждый предприниматель теперь должен быть в составе палаты. Без одобрения и согласования торгово-промышленными палатами ни один правовой акт в Германии, касающийся малого бизнеса, не может быть утвержден.

Представляет интересы предпринимателей на федеральном уровне и объединяет между собой все палаты специальный орган - Ассоциация Германских торгово-промышленных палат. Основной ее задачей является тесная работа и сотрудничество с торгово-промышленными палатами стран Европейского союза. Также существует Объединение торгово-промышленных палат стран Европы, которое связывает между собой все ассоциации ЕС.

Торгово-промышленные палаты Германии вносят свой вклад в подготовку законопроектов, которые касаются регулирования деятельности малых предприятий, также влияют на формирование бюджетов всех уровней. Влияние

палат на все стороны жизни общества велико: они участвуют в заседании местных органов самоуправления, принимают важные социально-экономические решения в области государственного развития. Оказание всяческой поддержки и помощи малому бизнесу Германии – это основная приоритетная задача палат.

Малое предпринимательство в Германии - один из самых важных секторов экономики. Доля малых в числе всех предприятий страны - 99%, а доля их вклада в ВВП – больше 50% [28]. Правительство как финансово, так и технологически оказывает помощь малым предприятиям. Также существуют специально разработанные программы для развития малого бизнеса, который занят в сфере науки [29].

Государственные органы финансирования в Германии предоставляют льготы для получения кредита на развитие малого предпринимательства следующим объектам:

- малым предприятиям, которые разрабатывают проекты по модернизации производственных условий;
- предприятиям, занятым в области решения жилищных условий и строительства жилых объектов;
- предприятиям малого и среднего бизнеса, которые заняты в сфере научных разработок;
- предприятиям малого бизнеса, помогающим улучшить с экономической точки зрения слаборазвитые районы Германии;
- предприятиям, которые заботятся об экологической обстановке в стране, разрабатывают проекты по охране окружающей среды и ее улучшению [30].

Мелкий и средний бизнес Германии, объявленный "основой благосостояния для всех", с середины 1960-х годов является главным субъектом социальной рыночной экономики. Согласно федеральной статистике, к середине 70-х гг. в стране насчитывалось примерно 1,9 млн. мелких и средних фирм. Подавляющая их часть – почти 1,7 млн. приходилась на мелкие предприятия (число занятых до 9 человек). Это были небольшие фабрики, рестораны, фирмы бытовых услуг, ремесленные мастерские, свободно практикующие врачи, адвокаты и так далее. К концу XX века их количество возросло до 2,6 млн., из них в 1993 г. более 2 млн. было в старых и около 400 тыс. в новых землях бывшей ГДР, что составило 99,8% от общего числа фирм в Германии. В настоящее время число предприятий в Германии постоянно растет. Согласно статистике, только в первой половине 2017 года в Германии было создано 92 200 малых предприятий. На данный момент в стране насчитывается 3,64 миллиона малых и средних предприятий [29,31].

Одна из главных проблем в Германии – это очень высокие ставки налогов и в целом сложная система налогообложения. Например, подоходный налог состоит из суммы различных налогов (корпоративный, промысловый и т.д.). Немецкая налоговая система считается одной из самых сложных в мире. Владелец малого бизнеса от суммы годовой выручки получает всего около 55%. В связи с этим в стране очень много предприятий в течение года признаются

банкротами. Но, несмотря на такое положение дел, доля малых предприятий в Германии, как было отмечено ранее, составляет 99 % от всех, причем они выплачивают в казну более 40 % всех налогов. Такая ситуация обосновывается тем, что в стране действует прогрессивный подоходный налог.

Одна из особенностей Германии состоит в том, что она – страна «скрытых чемпионов» (англ. Hidden Champions). «Скрытые чемпионы — это компании-лидеры на своем континенте или входящие в тройку лидеров на мировом рынке. Обычно их оборот не превышает 500 млн. дол. США, и мир о них почти ничего не знает» [32]. В основном все они находятся в провинции, а не в метрополиях. В Германии числится свыше 1700 «скрытых чемпионов», в то время как в России их насчитывается меньше 20. Успешность немецких компаний в этой сфере связана с тем, что 80% из них являются *семейным бизнесом и их владельцы мыслят поколениями*.

Другой особенностью Германии является то, что именно малый бизнес этой страны *обладает приоритетом в сфере инноваций, а корпорации уже внедряют в производство научные разработки малых предприятий* [33,34,35]. Такое разделение труда обеспечивает повышение общей эффективности экономики.

В стране, где инновации вносят существенный вклад в развитие благосостояния общества, вопросу доступа к венчурному капиталу уделяется также особое внимание. К основным программам, направленным на развитие малого и среднего предпринимательства в Германии относятся:

- «Концепция развития научно-технической политики по отношению к предприятиям малого и среднего предпринимательства»;
- «Стимулирование сбережений для открытия собственного бизнеса».

Первая программа отвечает за обеспечение финансированием малого предпринимательства страны. Вторая программа отвечает за помощь в открытии своего бизнеса с применением «start-up» проектов. Для реализации и контроля выполнения данных программ был создан специальный орган государственного назначения – Кредитный совет по восстановлению (Kreditanstalt für Wiederaufbau, KfW), который относится к федеральному руководству Германии [36].

Особое внимание уделяется финансированию инновационной деятельности малого и среднего бизнеса в ФРГ. В рамках программ «Центральная инновационная программа для малого и среднего бизнеса» (Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand, ZIM), «Инновационный малый и средний бизнес» и «Поддержка развития НИОКР в промышленности» предприятия получают государственные субсидии и кредиты на развитие высокотехнологичных проектов для закрепления на рынке [37].

Также следует отметить, что в Германии еще с конца прошлого века стали формироваться инновационные центры, сильно отличающиеся от традиционных технопарков. Несмотря на то, что они стали появляться лишь в 1983г., к 1989 г. их было уже 68, а 1995г. - более 120. Инновационные центры являются инкубаторами фирм в области новых технологий. В центрах оказываются различные виды деловых услуг, помогающих выживать мелким фирмам: прокат

научного и технологического оборудования, финансовые и маркетинговые услуги, аренда помещений и др.

Немецкие инновационные центры способствуют внедрению новых технологий с помощью обеспечения тесных контактов с исследовательскими государственными учреждениями и служат питомниками новых фирм. Отличительная черта немецких инновационных центров заключается в том, что они делают акцент на создании малых наукоемких фирм, обмене технологиями между фирмами, которые действуют в инновационном центре, а также их передачи из науки в промышленность.

Несмотря на, казалось бы, хороший инвестиционный климат и хорошо развивающуюся инновационную сферу, на экономику Германии и развитие малого бизнеса страны может негативно повлиять такая проблема, как дефицит квалифицированной рабочей силы. Такая ситуация связана с изменяющейся демографической ситуацией в стране, а именно, непрекращающимся притоком эмигрантов. По недавним прогнозам [38], в 2030 году в Германии не будет хватать трех миллионов квалифицированных рабочих.

Таким образом, на основании анализа развития малого предпринимательства в России и Германии, отметим, что на сегодняшний день перед Россией стоит цель превратить малый бизнес в один из двигателей экономического развития и увеличить его роль в экономике страны. Для этого нашему государству необходимо осуществлять следующие меры по развитию малого предпринимательства:

- активно совершенствовать действующего законодательства по регулированию деятельности малого бизнеса;
- усилить роль местных органов власти в организации деятельности по поддержке малого предпринимательства, структурировать эту деятельность;
- активно развивать процессы разработки, принятия и реализации региональных программ поддержки малого предпринимательства [39];
- активно внедрять программы по инновационному и научно-техническому развитию малого предпринимательства;
- обеспечивать малое предпринимательство необходимой финансовой поддержкой, адекватной его потребностям и по срокам, и по объему, и по доступности. Это касается как кредитования, так и субсидирования из государственного бюджета;
- активно привлекать частный капитал, в том числе иностранный;
- усилить информационно-консультативную форму поддержки малого бизнеса, развивать сферу специализированных услуг, ориентированных на малое предпринимательство по вопросам налогообложения, планирования, маркетинга, создавать больше доступных информационных ресурсов, которые могли бы проконсультировать предпринимателей в сфере малого бизнеса. Например, в Германии есть сайт [Kleinunternehmer.de](http://Kleinunternehmer.de), на котором предприниматель может получить помощь и рекомендации по налоговым выплатам и т.п.

Все это должно учитываться при разработке действенных, конкретных мер государственной и негосударственной поддержки малого предпринима-

тельства. При этом меры по содействию на федеральном, региональном и муниципальном уровнях должны не дублироваться, а дополнять друг друга.

Проанализировав условия развития и поддержки малого предпринимательства в России и Германии, можно сделать выводы о том, что они *существенно отличаются друг от друга*. Если в Германии государство сосредоточено, в первую очередь, на оказании помощи предприятиям в сфере инноваций и стимулируют научные разработки в бизнесе, то в России пока еще главными остаются вопросы по нехватке финансирования, кредитной необеспеченности и преодолению бюрократических процедур. Например, казалось бы, и в России и в Германии существуют так называемые «бизнес-инкубаторы», созданные для того, чтобы помогать развитию малого предпринимательства, но если в Германии это инновационные центры, которые предназначены для фирм в области высокой технологии, то в России их воспринимают исключительно как офисные помещения, а их научная база пока еще недостаточна для того, чтобы развивать сферу инноваций.

Схожей можно назвать разве что проблему высокого налогообложения, но сравнивать его в этих странах было бы неправильно, т.к. в России и Германии совершенно разные подходы к налогообложению и социальным выплатам [40].

Безусловно, России, где разрабатываемые планы по поддержке малого бизнеса пока, к сожалению, очень абстрактны, стоит принять во внимание немецкий опыт, в основе которого лежат четко сформулированные правила для ведения бизнеса и достаточно полно реализуются все поставленные задачи в области поддержки малого предпринимательства. Германии, в свою очередь, следует обратить внимание на демографическую ситуацию в стране и подумать о том, как обеспечить необходимый уровень квалификации рабочих в стране, ведь без высококвалифицированных специалистов развитие науки и инноваций будет невозможно.

Подводя итоги, необходимо сказать, что только благодаря слаженной работе государственных и негосударственных структур управления и организаций в странах можно достичь желаемого результата и обеспечить достойное экономическое развитие. Как России, так и Германии, стоит задуматься о тех национальных проблемах, которые сейчас существуют, и постараться грамотно их решить. Если решению проблем малого предпринимательства будет уделено должное внимание, если стараться еще больше укреплять взаимоотношения государств с малым бизнесом, то страны смогут не только укрепить национальную экономику, но и выйти на новый уровень развития международных отношений, который позволит стать им более конкурентоспособными.

#### **Список использованных источников**

1. Кириков О.И., Емельянов С.Г., Копылов В.И. и др. Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение / Под общ. ред. О.И. Кирикова. - Воронеж, 2004. Том Книга 8.
2. Веселовский М.Я., Федотов А.В. и др. Формирование конкурентных преимуществ российских предприятий в условиях экономической нестабильности:

- Коллективная монография / Под ред. М.Я Веселовского, И.В. Кировой. – М., 2017.
3. Энциклопедический словарь предпринимателя / Под ред. Н.Н. Пилипенко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010.
  4. Пирогов Н.Л., Федорчукова С.Г. Основы предпринимательства. - М., 2007. Том Часть 1.
  5. Лапуста М.Г. Малое предпринимательство: Учебник. - М.: ИНФРА - М, 2012.
  6. Малиновская В. В., Шнайдер О. В. Развитие малого бизнеса: проблемы и решения // Карельский научный журнал. 2014. № 3.
  7. Решетов К.Ю., Мысаченко В.И. Конкурентоспособность в среде инновационного предпринимательства // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. Т. 6. № 3-1 (23). С. 95-102.
  8. Мысаченко В.И. Структурная перестройка промышленности и конкурентоспособность предприятий / Монография. - М.: Национальный институт бизнеса, 2007.
  9. Решетов К.Ю. Принципы обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур на макро-, мезо и микроуровнях // Проблемы экономики и юридической практики. 2012. № 6. С. 213-216.
  10. Миронова Н.Н., Мысаченко В.И., Пирогов Н.Л. и др. Приоритетные направления развития регионов: инновации и предпринимательство: коллективная монография. – М., 2017.
  11. Reshetov K.Yu. Key lines to improve competitiveness of small innovative businesses // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. Т. 6. № 3-2 (23). С. 39-44.
  12. Фомина В.П., Пирогов Н.Л., Попова Е.Н. Экономическая теория. – М., 2001.
  13. Решетов К.Ю. Налоги и налогообложение. – М., 2013.
  14. Решетов К.Ю. Налоговое планирование. – М., 2015.
  15. Дивненко О.В., Пирогов Н.Л. Управление человеческими ресурсами. - М., 2013.
  16. Пирогов Н.Л., Дивненко О.В. Управление персоналом. - М., 2013.
  17. Решетов К.Ю. Конкурентоспособность российских инновационных предпринимательских структур: Теоретико-методологические аспекты. – М., 2013.
  18. Dudin M.N., Lyasnikov N.V., Kahramanovna D.G. etc. Improving the innovative strategy of interaction of large industrial enterprises and small entrepreneurship in the agro-industrial sector // Biosciences Biotechnology Research Asia. 2015. Т. 12. № 1. С. 159-167.
  19. Решетов К.Ю. Развитие методологии обеспечения конкурентоспособности инновационного предпринимательства. - М., 2015.
  20. Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г. и др. Инновационная среда как основа обеспечения конкурентоспособности субъектов инновационного предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 9 (74). С. 290-297.
  21. Решетов К.Ю. Сущность конкурентоспособности инновационных предпринимательских структур // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2013. № 1. С. 64-69.

22. Решетов К.Ю. Стратегические альтернативы повышения конкурентоспособности отечественных малых инновационных предприятий // Проблемы экономики и юридической практики. 2014. № 4. С. 144-147.
23. Россия в цифрах. 2002: Стат.сборник / Росстат. - М., 2002.
24. Россия в цифрах. 2017: Крат.стат.сборник / Росстат. - М., 2017.
25. Тезисы выступления председателя Общественного совета при Федеральной службе государственной статистики Ясина Е.Г. на Коллегии Росстата 17 февраля 2016 г.
26. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 30.07.2007, № 31, ст. 4006.
27. Указ Президента Российской Федерации от 14.11.2017 № 548 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации»
28. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ: <http://www.gks.ru>.
29. Официальный сайт Правительства Германии: <https://www.bundesregierung.de>.
30. Dudin M.N., Mysachenko V.I., Mironova N.N. etc. Green technology and renewable energy in the system of the steel industry in Europe // International Journal of Energy Economics and Policy. 2017. Т. 7. № 2. С. 310-315.
31. Handelsgesetzbuch, Ausfertigungsdatum от 18.07.2017.
32. Скрытые чемпионы: секреты успеха немецких компаний (на 04.10.2017): <http://trends.skolkovo.ru/2017/10/skryityie-chempiony-i-sekretyi-uspeha-nemetskih-kompaniy>.
33. Решетов К.Ю. Конкурентоспособность малых и средних инновационных предпринимательских структур в России и зарубежный опыт стимулирования инновационного предпринимательства // Проблемы экономики и юридической практики. 2012. № 6. С. 206-209.
34. Dudin M.N., Lyasnikov N.V., Leont'eva L.S. etc. Business Model Canvas as a Basis for the Competitive Advantage of Enterprise structures in the Industrial Agriculture // Biosciences Biotechnology Research Asia. – 2015. – Vol. 12(1). – P. 887–894.
35. Решетов К.Ю. Зарубежный опыт обеспечения конкурентоспособности инновационного предпринимательства // В сборнике: Россия в XXI веке: итоги, вызовы, перспективы III Международная научно-практическая конференция: Материалы и доклады. НОУ "Институт экономики и предпринимательства". 2012. С. 14-20.
36. Gesetz über die Kreditanstalt für Wiederaufbau от 05.11.1948 (ред. от 31.08.2015).
37. Christian Rammer, Sandra Gottschalk, Bettina Peters и др. Die Rolle von KMU für Forschung und Innovation in Deutschland. Studien zum deutschen Innovationssystem Nr. 10/2016. - Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, Februar 2016.

38. Studie: Bis 2030 fehlen drei Millionen Fachkräfte (на 30.08.2017): <http://www.zeit.de/wirtschaft/2017-08/studie-fachkraefte-mangel-deutschland-2040>.
39. Дудин М.Н. и др. Экономико-математическое моделирование процессов разработки и принятия управленческих решений на предприятиях и в предпринимательских структурах // Экономика и предпринимательство. 2015. № 2 (55). С. 924-930.
40. Решетов К.Ю. Налоговое право. – М., 2013.
41. Walter Henson, Rechnungswesen – Controlling / Business & Law Frankfurt / 2008.

*Савченко И. Д.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Московский гуманитарный университет»*

## **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные подходы к оценке формирования и использования трудовых ресурсов предприятия. Представлены основные показатели, отражающие состав, структуру и эффективность использования трудового потенциала предприятия.

**Ключевые слова:** трудовые ресурсы, методы оценки, трудовой потенциал, показатели использования трудовых ресурсов.

Трудовые ресурсы предприятия являются основной движущей силой формирования и эффективного использования его производственного потенциала. От качества трудовых ресурсов предприятия зависит результат его деятельности и конкурентоспособность. Поэтому оценка эффективности использования трудовых ресурсов предприятия должна иметь комплексный характер и научный подход.

В практике управления трудовыми ресурсами, как правило, одновременно применяют различные методы и их сочетания.

При изучении показателей трудовых ресурсов в первую очередь обращается внимание на то, как организация обеспечена необходимым персоналом, чтобы выявить влияние использования трудовых ресурсов на производительность труда. С этой целью рассматриваются:

- 1) состав и структура производственного персонала;
- 2) обеспеченность организации и ее подразделений рабочими, административно-управленческим персоналом;
- 3) обеспеченность квалифицированным составом работников;
- 4) движение рабочей силы.

---

<sup>1</sup> Савченко Илья Дмитриевич - аспирант АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами определяется сравнением фактического количества работников по категориям и профессиям с плановой потребностью. Особое внимание уделяется анализу обеспеченности предприятия кадрами наиболее важных профессий. Необходимо анализировать и качественный состав трудовых ресурсов по квалификации [1].

Квалификационный уровень работников во многом зависит от их возраста, стажа работы, образования. Поэтому в процессе анализа изучают изменения в составе рабочих по возрасту, стажу работы, образованию. Поскольку они происходят в результате движения рабочей силы, то этому вопросу при анализе уделяется большое внимание [6].

При определении величины трудового потенциала и его использования важно правильно выбрать показатель измерения. Исследования, проведенные отечественными экономистами показали, что в качестве основного объемного показателя трудового потенциала может выступать только человеко-час. Он обладает стабильностью и допустим к применению во всех экономических расчетах и на любом уровне [3].

Поскольку базовой расчетной величиной может выступать фонд рабочего времени, то и показателем, характеризующим его возможности, должна выступать одноименная единица измерения, имеющая не качественное, а только количественное отличие. Правильный выбор единого измерителя имеет не только теоретическое, но и практическое значение, так как создает научно обоснованную базу приведения разновеликих величин к единому показателю.

Применительно к предприятию величина трудового потенциала определяется по одной из формул:

$$\Phi_{\Pi} = \Phi_{\kappa} - T_{\text{нп}}, \quad (1)$$

$$\Phi_{\Pi} = \text{Ч} \cdot \text{Д} \cdot T_{\text{см}}, \quad (2)$$

где  $\Phi_{\Pi}$  – совокупный потенциальный фонд рабочего времени предприятия, в часах;

$\Phi_{\kappa}$  – величина календарного фонда времени, в часах;

$T_{\text{нп}}$  – нерезервообразующие неявки и перерывы, в часах;

$\text{Ч}$  – численность работающих, чел;

$\text{Д}$  – количество дней работы в периоде, в днях.;

$T_{\text{см}}$  – продолжительность рабочего дня, в часах.

Следовательно, величина трудового потенциала производственного коллектива в часах – это произведение численности работающих ( $\text{Ч}$ ) на законодательно установленную продолжительность рабочего дня в часах ( $T_{\text{см}}$ ) с учетом количества дней ( $\text{Д}$ ) работы в периоде. Отсюда можно в общем виде выразить и величину трудового потенциала общества (региона) по формуле:

$$\Phi_{\text{Побщ}} = \sum_{i=1}^m \text{Ч}_i \cdot T_p, \quad (3)$$

где  $\Phi_{\text{П общ.}}$  – потенциальный фонд рабочего времени общества, в часах;

$$\sum_{i=1}^m \text{ч}_i$$

– численность населения по группам, способного участвовать в общественном производстве;

$T_p$  – законодательно установленная величина времени работы по группам работников в течение календарного периода (год, квартал, месяц). Она представляет собой произведение количества рабочих дней в периоде на установленную продолжительность рабочего дня в часах [4].

Важным компонентом анализа трудовых ресурсов является изучение вопроса, обладает ли организация достаточным человеческим ресурсом функционирования и изменения, способен ли персонал работать достаточно эффективно и в соответствии с выбранной стратегией. Для этого необходимо оценить фактический состав персонала, а также особенности самого персонала, наличие профессионально важных качеств и характеристик [2].

Для оценки интенсивности движения рассчитывают и анализируют динамику следующих показателей: коэффициенты оборота по приему и выбытию кадров, постоянства и текучести кадров [5].

Коэффициент оборота по приему кадров ( $K_{пр}$ ) определяется отношением количества принятого на работу персонала за данный период времени, к среднесписочной численности работников за тот же период:

$$K_{пр} = \frac{\text{Количество принятого на работу персонала}}{\text{Среднесписочную численность персонала}}, \quad (4)$$

Коэффициент оборота по выбытию кадров ( $K_v$ ) определяется отношением количества работников, уволенных по всем причинам за данный период времени, к среднесписочной численности работников за тот же период:

$$K_v = \frac{\text{Количество уволившихся работников}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}, \quad (5)$$

Коэффициент текучести кадров ( $K_{т.к.}$ ) определяется отношением количества работников, уволенных по причинам текучести (по собственному желанию, за прогулы и нарушение трудовой дисциплины) за данный период времени, к среднесписочной численности работников за тот же период:

$$K_{т.к.} = \frac{\text{Количество уволившихся работников по собственному желанию + за нарушение дисциплины}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}, \quad (6)$$

Коэффициент замещения рабочей силы ( $K_z$ ) определяется разницей между количеством принятых и количеством выбывших работников за данный период времени, к отношению среднесписочной численности за тот же период:

$$K_z = \frac{\text{Количество принятых} - \text{Количество выбывших работников}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}, \quad (7)$$

Анализ существующих методов оценки эффективности использования трудовых ресурсов, следует сделать вывод, что в практике существует четыре группы подходов к оценке их эффективности, осуществляемые по принципу:

1) экспертной оценки;

- 2) бенчмаркинга;
- 3) сопоставления затрат и экономического эффекта;
- 4) анализа социально-экономических факторов деятельности сотрудников.

Эти четыре группы имеют соответствующие недостатки, осложняющие их использование, в частности, субъективность и трудоемкость экспертных оценок, недостаток внешней информации при бенчмаркинге, большое число факторов, влияющих на экономическую эффективность организации, значительный временной разрыв между мероприятиями по совершенствованию социальных условий трудовой деятельности и ростом экономического эффекта. Применение данных методик является достаточно непростой задачей для комплексной оценки системы управления трудовыми ресурсами предприятия в связи с различными подходами к формированию критериев оценки.

Эффективность использования трудовых ресурсов зависит от многих объективных и субъективных факторов. Комплексное изучение условий и результатов функционирования общественного труда служит методологической и информационной базой для разработки мероприятий по повышению эффективности использования трудовых ресурсов, обеспечению оптимальных соотношений между вещественным и личным факторами производств.

Эффективность труда – понятие более широкое, чем производительность труда, которая отражает только объем продукции, созданный за единицу времени. Эффективность труда – соотношение «полезного» результата трудовой деятельности и величины затрат труда на его получение, характеризующий уровень использования производительных сил и производственных отношений.

Выявление внутрипроизводственных резервов труда осуществляется на основе комплексного изучения трудовых ресурсов на предприятии и включает следующие основные вопросы:

- 1) состояние обеспечения производства кадрами и их профессионально-квалификационный состав;
- 2) динамика производительности труда и основные факторы ее роста;
- 3) использование рабочего времени;
- 4) уровень занятости ручным, малоквалифицированным и тяжелым физическим трудом;
- 5) текучесть кадров и мероприятия по их закреплению.

#### **Список использованных источников**

1. Кибанов А.Я., Мамед-Заде Г.А., Родкина Т.А. Управление персоналом: регламентация труда: Учеб. пособие.– М.: Изд-во «Экзамен», 2003.– 280 с.
2. Киреева Н. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Н. В. Киреева. – Москва: Социальные отношения, 2011. – 513 с.

3. Миронов М.Г. Финансовый менеджмент: учебное пособие / М.Г. Миронов, Е.А. Замедлина, Е.В. Жарикова – М. Экзамен, 2010. –136 с.
4. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: Краткий курс. – М.: Инфра-М, 2001. – 288 с.
5. Сергеев И.В. Экономика предприятия. Учеб. пособие /И.В. Сергеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 304 с.
6. Скамай Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятия: Учеб. /Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. – М.: Инфра-М, 2004. – 296 с.
7. Управление персоналом предприятия / под ред. А. А. Крылова, Ю.В. Прушинского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010 - 495 с.

*Савченко Ю.Ю.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **О ПОНЯТИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПОРА В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ**

**Аннотация:** В данной статье рассмотрена проблема отсутствия законодательного определения понятий "экономические споры" и "иная экономическая деятельность"

**Ключевые слова:** экономические спор, споры в предпринимательской деятельности, экономическая деятельность, иная экономическая деятельность, договорной спор, преддоговорной спор, внедоговорной спор.

В судебной практике неоднократно отмечалось: "Действующий Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации не дает понятия экономического или предпринимательского спора, равно как и экономической деятельности. Отсутствие таких понятий затрудняет определение подведомственности, поскольку любая деятельность субъектов гражданского оборота имеет экономическую основу. При этом понятие "иная экономическая деятельность" не имеет точного определения и носит субъективный, оценочный характер"<sup>2</sup>

Согласно статье 2 Гражданского кодекс Российской Федерации предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, должны быть зарегистрированы в этом качестве в установленном законом порядке, если иное не предусмотрено Гражданским кодексом Российской Федерации.

Гражданский кодекс Российской Федерации содержит понятие предпринимательской деятельности. "ОК 004-93. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг" (утв. Постановлени-

---

<sup>1</sup> Савченко Юлиана Юрьевна - студентка второго курса магистратуры, направление «Юриспруденция» АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>2</sup> Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 10 марта 2016 г. N 02АП-1410/16 // СПС "Гарант".

ем Госстандарта России от 06.08.1993 N 17) (ред. от 12.12.2012) (Части I - II, часть III разделы А - С, раздел D (коды 1510000 - 2420000)) действующий до 01 января 2017 года содержал следующее определение экономической деятельности: «Экономическая деятельность, как процесс, есть сочетание действий, приводящих к получению определенного перечня продукции. Это достигается тогда, когда объединяются ресурсы (оборудование, рабочая сила, технологии, сырье и материалы) и производственный процесс для создания конкретных товаров и услуг». С 01 января 2017 года введен в действие "ОК 004-93. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг" (утв. Постановлением Госстандарта России от 06.08.1993 N 17) (ред. от 12.12.2012) (Части I - II, часть III разделы А - С, раздел D (коды 1510000 - 2420000)), который не содержит определение экономической деятельности, а где есть разъяснение по каким признакам деятельность необходимо относить к экономической: «экономическая деятельность имеет место тогда, когда ресурсы (оборудование, рабочая сила, технологии, сырье, материалы, энергия, информационные ресурсы) объединяются в производственный процесс, имеющий целью производство продукции (предоставление услуг). Экономическая деятельность характеризуется затратами на производство продукции (товаров или услуг), процессом производства и выпуском продукции (предоставлением услуг)».

Для определения субъекта экономического спора, и исходя из определения предпринимательской деятельности (статья 2 Гражданского кодекс Российской Федерации) и из разъяснений признаков деятельности для определения деятельности как экономической, данных в "ОК 004-93. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг", необходимо обратиться к понятию «хозяйствующий субъект». Определение «хозяйствующий субъект» дано Федеральным законом от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" – «хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации».

И.Л. Булова определяет экономические споры как возникающие из гражданских, административных и иных публичных правоотношений конфликты между обладающими процессуальной правоспособностью лицами, связанные с осуществлением экономической деятельности, связанной с имущественными отношениями, содержание которых определяется наличием интереса в получении доходов, сохранении и приумножении имущества, в том числе предпринимательской деятельности, или с обеспечением доступа к предпринимательской деятельности.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Булова И.Л. Подведомственность дел арбитражным судам: Автореф. дис. ... канд. юр. наук. 12.00.15. СПб., 2005. С. 8.

М.А. Рожкова отмечает, что "в период создания системы арбитражных судов было вполне оправданным введение в законодательство понятия "экономические споры", под которыми подразумевались в основном споры, возникающие в процессе предпринимательской деятельности".<sup>1</sup>

В.В. Ярков также указывает, что "экономический характер спора проявляется не только в осуществлении предпринимательской деятельности, но и в доступе к этой деятельности, а также в предъявлении иных имущественных требований".<sup>2</sup>

Признаком экономического спора, по мнению В.М. Жуйкова, является его имущественный характер, поскольку «без имущества нет экономики».

Под иной экономической деятельностью Е.Ю. Пашкова понимает деятельность, не связанную с систематическим получением прибыли, наличием у субъекта определенного статуса, приносящую этому субъекту доход.<sup>3</sup>

Понятие "иная экономическая деятельность" не имеет точного определения и носит субъективный, оценочный характер"<sup>4</sup>

В целом единство во взглядах на понятие "экономический спор", а равно как понятие «иная экономическая деятельность» в науке не достигнуто.

На основании вышеизложенного и взяв за основу понятие «Хозяйствующий субъект», определенное Федеральным законом от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" с моей точки зрения понятие экономического спора, должен иметь следующее определение: «Экономический спор, спор возникающий в предпринимательской, экономической деятельности, и иной экономической деятельности, где затрагиваются вопросы, связанные с этой деятельностью у хозяйствующих субъектов, и имеют имущественные последствия».

#### **Список использованных источников**

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) /Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс»;
2. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции"( ред. от 29.07.2017) /Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс»;
3. "Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации" от 24.07.2002 N 95-ФЗ (ред. от 29.07.2017)/ Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс»;

---

<sup>1</sup> Рожкова М.А. Актуальные вопросы арбитражного процессуального права: соотношение гражданского и арбитражного процесса, понятие гражданского дела, диспозитивность в арбитражном процессе // Законодательство. 2001. N 10. С. 49 - 59.

<sup>2</sup> Арбитражный процесс / Под ред. В.В. Яркова. М.: Юрист, 1998. С. 43 (автор главы - В.В. Ярков)

<sup>3</sup> Пашкова Е.Ю. Подведомственность арбитражным судам споров, возникающих из корпоративных правоотношений. С. 12 - 13.

<sup>4</sup> Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 10 марта 2016 г. N 02АП-1410/16 // СПС "Гарант".

4. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2017)/ **Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс»;**
5. "Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации" от 08.03.2015 N 21-ФЗ (ред. от 29.07.2017)/ **Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс»;**
6. "Комментарий к Федеральному закону "Об арбитраже (третейском разбирательстве) в Российской Федерации" (постатейный, научно-практический) (под ред. О.Ю. Скворцова, М.Ю. Савранского) ("Статут", 2016)
7. "Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник" (3-е изд., перераб. и доп.) (отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно) ("НОРМА", "ИНФРА-М", 2017)
8. Кулаков В.В. Обязательственное право [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.В. Кулаков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 188 с. — 978-5-93916-565-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65867.html>
9. Приженникова А.Н. Административный спор и экономический спор как основание для разграничения видов судопроизводства // Юридические науки. 2013. N 4.
10. Статья: Унификация процессуального законодательства и правоприменительная стабильность административного судопроизводства по экономическим спорам (Дивин И.М.) ("Административное право и процесс", 2017, N 2)
11. "Конституционное право Российской Федерации: Учебник для академического бакалавриата и магистратуры" (4-е издание, измененное и дополненное) (Шахрай С.М.) ("Статут", 2017)
12. Бурова И.Л. Подведомственность дел арбитражным судам: Автореф. дис. канд. юр. наук. 12.00.15. СПб., 2005. С. 8.
13. Жуйков В.М. Судебная защита прав граждан и юридических лиц. М., 1997
14. Ярков В.В. Арбитражный процесс: Учебник / Под. ред. проф. В.В. Яркова - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Волтерс Клувер. 2003. 317с.
15. Виноградская Н.Ф., Якимов А.А. К вопросу о подведомственности корпоративных споров в новом Арбитражном процессуальном кодексе Российской Федерации // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 2003. N 8. С. 72
16. Рожкова М.А. Актуальные вопросы арбитражного процессуального права: соотношение гражданского и арбитражного процесса, понятие гражданского дела, диспозитивность в арбитражном процессе // Законодательство. 2001. N 10. С. 49 - 59.

*Салимова Т.А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Чурилов К.С.<sup>2</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Алимов Р.Р.<sup>3</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **РОЛЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ**

**Аннотация:** В статье рассматриваются международные экономические отношения и роль Российской Федерации в них. Изложены основные аспекты в торговле товарами и услугами, движении капитала, миграции рабочей силы.

**Ключевые слова:** мировое хозяйство, международные экономические отношения, инвестиции, международная торговля товарами и услугами, миграция труда, интеграционные процессы, экспорт, импорт, маркетинг, НИС.

Современный мир представляет собой многообразную, сложную и противоречивую в экономическом и политическом отношении систему, включает множество государств, зависимых территорий и международных экономических организаций. Национальные экономики, сохраняя свою самоидентификацию и оставаясь уникальными единицами, в настоящее время широко вовлекаются в международные экономические отношения и становятся все более открытыми системами. Степень их взаимовлияния, сближения столь высока, что без рассмотрения закономерностей развития мирового хозяйства невозможно понять, оценить и прогнозировать развитие отдельных национальных экономик.

Мировое (всемирное) хозяйство — это противоречивая целостность национальных хозяйств, связанных между собой международными экономическими отношениями (далее — МЭО). Международные экономические отношения — хозяйственные связи между экономическими агентами разных стран, характеризующие формы общения и способы воздействия государств мира в сфере экономического сотрудничества в системе мирового хозяйства. Международные экономические отношения выступают в следующих основных формах: международная торговля товарами и услугами; международное движение капиталов, технологий и зарубежных инвестиций; международная миграция рабочей силы; международные валютно-кредитные отношения (далее -МВКО); сотрудничество в области наук и техники[1].

---

<sup>1</sup> *Салимова Тамара Ашумовна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономической теории и актуальных проблем экономики». АНО ВО «Национального института бизнеса».

<sup>2</sup> *Чурилов Кирилл Сергеевич* – студент третьего курса, направление «Экономика». АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>3</sup> *Алимов Ренат Равилевич* – студент третьего курса, направление «Экономика» АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

Международная торговля товарами - сфера международных товарно-денежных отношений, или совокупность внешней торговли всех стран мира, которая в свою очередь делится на торговлю сырьевыми товарами; торговлю машинами и оборудованием и торговлю потребительскими товарами. Торговля услугами — торговля потребительскими товарами, которые преимущественно не имеют вещественной формы. Охватывает транспорт, торговлю лицензиями и знаниями, туризм, посреднические услуги в международной торговле, а также финансовые, информационные, рекламные услуги и т.д.

Как фактор производства капитал обладает физической и денежной формой. Физический капитал – это инвестиционные товары, используемые для производства других товаров (машины, оборудование и пр.). Вывоз предпринимательского капитала означает инвестиции в экономику той или иной страны с целью получения прибыли (прямые и портфельные инвестиции). Важнейшую роль в сфере вывоза капитала играют транснациональные корпорации и банки.

Международная миграция рабочей силы — межстрановое перемещение трудоспособного населения по причинам экономического характера. Теория международной трудовой миграции разработана Е.Равенштайном, который исследовал взаимосвязь между интенсивностью миграционных потоков и направлениями миграции, а также сформулировал основные законы данной формы МЭО. В рамках трудовых миграционных потоков можно выделить два основных типа: работающие по контракту (сезонные рабочие, лица, занимающиеся квалифицированным и малоквалифицированным трудом) и профессионалы (лица с высоким уровнем теоретической подготовки и соответствующим практическим опытом работы). Международная трудовая миграция включает в себя иммиграционные и эмиграционные потоки. Иммиграция – перемещение трудоспособного населения из-за рубежа в данную страну. Эмиграция – перемещение трудоспособного населения из данной страны за рубеж.

Сотрудничество в области науки и техники, МВКО. Международные валютные отношения — это совокупность общественных отношений, складывающихся при функционировании валюты в мировом хозяйстве и обслуживающих взаимный обмен результатами деятельности национальных хозяйств. Включение мирового рынка в процесс кругооборота капитала означает превращение части денежного капитала из национальных денег в иностранную валюту и наоборот. Это происходит при международных расчетных, валютных, кредитных и финансовых операциях. Валютные отношения вторичны по отношению к воспроизводству. Они обладают относительной самостоятельностью и оказывают на него обратное влияние.

Развитые государства — разработчики новых товаров — экспортируют их до тех пор, пока унификация и стандартизация технологических процессов не позволят другим государствам выпускать данные товары с меньшими издержками. Последние трансформируют конкурентные преимущества в возможности для производства и реализации товара не только на внутреннем рынке, но и на рынке государства-разработчика. В ходе этого процесса про-

исходит технологический обмен, постепенно охватывающий все сферы экономического развития нации — науку, технику, технологию и организацию производства. В конкурентной борьбе получают преимущества те страны, которые обладают передовыми технологиями и сумели наладить их экспорт [2,3].

Экономическая интеграция — качественно новый этап сближения, переплетения отдельных национальных хозяйств, который в перспективе ведет к созданию единого интернационального хозяйства (например, Европейский союз, далее - ЕС). В наивысшей своей фазе предполагает свободное движение товаров и услуг, капиталов и рабочей силы, создание единой валюты и политическую интеграцию [4]. На современном этапе эволюции мирового хозяйства происходят заметные сдвиги в соотношении сил между основными его силовыми центрами. Кроме того, ряд стран и региональных группировок смогли добиться серьезного прогресса на пути экономического развития и, продолжая укреплять свои позиции в мировом сообществе, стали оказывать довольно заметное влияние на процессы совершенствования мирохозяйственных связей. В данном контексте было бы весьма интересно выявить важнейшие характеристики современного положения России в меняющейся системе этих отношений, определить его возможные перспективы.

Как известно, доля торговли товарами и услугами в международных экономических отношениях составляет порядка 80%. Какое место и роль России в этом сегменте МЭО? Доля РФ по данным 1990 года в мировой торговле составила 1,8%. Около ¼ его экспорта по оценке МБРР (Мировой банк реконструкции и развития) приходилось на промышленные товары, а остальная часть - нефть, газ, чугун, сталь, золото и оружие. В середине 90-ых годов 20 века доля России в мировой торговле составляла уже 1,5%. За этот период 16-18% всех доходов федерального бюджета формировалось за счет различного рода платежей по экспортно-импортным операциям. Однако успехи 90-ых годов 20 века постепенно переросли в спад. Этот спад объяснялся тем, что вывоз многих важнейших видов продукции стал менее прибыльным или вообще убыточным. Если в середине 90-ых годов 20 века доля чистого экспорта сырья в ВВП составляла 14,5, то ныне - порядка 40%. Экспорт сырья влияет на уменьшение объемов промышленной продукции. Эта закономерность просматривается во всем мире. После 1997 года, а также 1998 года (год падения финансовой пирамиды) и в дальнейшие годы Россия стала терять богатейший научно-технический и интеллектуальный потенциал, не менее значимый чем сырьевые богатства [5].

Одна из главных проблем российской внешней торговли – это необходимость стимулирования промышленного экспорта. В последние годы в стране принимались федеральные программы поддержки экспорта, ориентированные главным образом на обрабатывающие отрасли, с предполагаемым ростом доли готовой продукции до 40%. Однако капитал в эти отрасли не шел, так как расширение экспорта в значительной степени усилило отток ресурсов и капитала за рубеж. Причиной оттока и капитала являлось отсутствие эффективного механизма внешнеторгового контроля и благоприятного

инвестиционного климата внутри страны [6]. Создание экспортной базы в условиях острой конкурентной борьбы на мировом рынке несет с собой еще и скрытые причины. Так, ряд стран, в том числе и США предусматривают применение санкций против стран, применяющих так называемый таргетинг, то есть целевое наращивание экспортного потенциала. Такие санкции получили новые индустриальные страны (НИС), Япония, Иран и ныне РФ под вымышленным предлогом воссоединения Крыма с Россией.

Немаловажным фактором развития экономики России и включение ее в мировые хозяйственные связи становятся иностранные инвестиции. Несмотря на достаточное нарастание притока иностранных капиталовложений в экономику России, его абсолютные ежегодные объемы пока значительно меньше необходимых. Прямые иностранные инвестиции в Россию в 2000 году составили 10,9 млрд. долл. США, в 2007 году – 120,9 млрд. долл. США, в 2012 году – 154,6 млрд. долл. США. Невысокая, пока, в целом активность иностранных инвесторов связывается также различными условиями привлечения и использования иностранных капиталовложений в РФ, заметно сдерживающими их приток в страну. Так, на величину притока средств из-за рубежа ныне отрицательно влияют несовершенство законодательной базы в России, существенный сектор «теневой экономики», низкий платежеспособный спрос на внутреннем рынке, отсутствие значимых структурных преобразований [7,8,9,10].

Парадоксально, но РФ прибегая к зарубежным займам и инвестициям является одним из крупнейших держателей имущества, капитала за границей и внутри страны. Так с 1990 по 2015 год за рубеж богатства, превышающее сумму в 60 трлн. руб., что по нынешнему курсу доллара составляет 1 трлн. долл. США

В стране имеются и внутренние резервы денежных средств: в ряде корпораций на счетах аккумулируются порядка 23 трлн. руб. нераспределенной прибыли, плюс 32 трлн. руб. у населения РФ, которые лежат на депозитах банков, пенсионные сбережения, деньги, вложенные в страхование, акции и прочее. В этой связи, необходимо решать важную задачу по трансформации сбережений в инвестиции, и на этой основе, существенно повысить конкурентоспособность предприятий отечественной промышленности [11,12].

Как известно, капитал, как фактор производства, обладает высокой мобильностью и идет туда, где большая норма прибыли. И здесь государство должно сыграть важную роль в перенаправлении его в реальный сектор экономики с целью структурного обновления промышленности, стимулирования инновационного развития предприятий [13,14,15].

Россия не осталась в стороне и от процессов международной миграции рабочей силы. Распад СССР, переход к рыночным отношениям, экономические и политические перемены и неурядицы привели к тому, что на территории России, в середине 90-ых годов, оказалось около трех миллионов беженцев. С 1989-1992 гг. уехало 10% необходимой рабочей силы (75 тысяч человек). По данным Совета безопасности РФ, на 1997 год из 100 всемирно известных ученых 50 навсегда эмигрировали из России. Только из МГУ уеха-

ло 10% профессорско-преподавательского состава. По некоторым оценкам страну покинуло 70-80% математиков, около 50% физиков-теоретиков. Основной поток интеллектуальной миграции (96,3%) уехали в Германию, Израиль и в США. В первые годы Новой истории РФ ежегодные прямые потери от эмиграции специалистов оцениваются в 3 млрд. долл., а суммарные потери с учетом упущенной выгоды – 50-60 млрд. долл. США за счет данного фактора получает 80-100 млрд. долл. в год. На протяжении ряда последних лет в России создана правовая и организационная база эмиграции и иммиграции трудовых ресурсов, которая в силу нынешних потребностей (требуются высококвалифицированные специалисты) требует своей корректировки. По данным ООН в 2008 году в России было 14,2 млн. человек иммигрантов, в настоящее время (по данным на 2015 год) – 11,9. Россия занимает первое место в Европе по абсолютному количеству иностранных рабочих [16].

Таким образом, позиции страны в мировой экономике и системе мирохозяйственных связей определяются рядом факторов, среди которых наиболее значимы уровень развития и динамика движения национальной экономики, степень ее открытости и включенности в международное разделение труда, а также развитость и структура ее внешнеэкономических контактов, способность национальной экономики соответствовать постоянно меняющимся условиям международной хозяйственной жизни. В новых условиях необходимо обеспечить органичное расширение российского участия в системе международных экономических отношений и более полное использование возможностей международного разделения труда для решения как внутриэкономических задач страны, так и проблем совершенствования ее внешнеэкономических связей.

#### **Список использованных источников**

1. Пономарева Е.С., Кривенцова Л.А., Томилов П.С. Мировая экономика и международные экономические отношения. М, 2012.
2. Мысаченко В.И. Формирование и развитие механизма структурных преобразований в промышленности России // диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Московский гуманитарный университет. Москва, 2009.
3. Dudin M.N., Mysachenko V.I., Mironova N.N., Divnenko O.V. etc. Green technology and renewable energy in the system of the steel industry in Europe//International Journal of Energy Economics and Policy. 2017. Т. 7. № 2. С. 310-315.
4. Мировая экономика и международные экономические отношения / Под редакцией Шаховской Л.С. М, 2013.
5. Салимова Т.А. Роль России в современном мировом хозяйстве и развитие ее внешнеэкономических связей. Вестник Национального института бизнеса, Выпуск 28. М.: 2017.
6. Дудин М.Н., Решетов К.Ю., Федорова И.Ю. Обеспечение конкурентоспособности и устойчивого развития банковского сектора в условиях реализации

денежно-кредитной и макропруденциальной политики // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-4 (65-4). С. 199-204.

7. Мысаченко В.И. Структурная перестройка промышленности и конкурентоспособность предприятий. Монография. М.: Национальный институт бизнеса, 2007.

8. Мысаченко В.И. Механизм структурных преобразований в промышленности России. М.: Национальный институт бизнеса. 2009.

9. Мысаченко В.И. Технологическая перестройка отечественной промышленности // Вестник национального института бизнеса. 2008. №7. С. 262-275.

10. Мысаченко В.И. Объем и источники инвестиций в структурную перестройку промышленности // Вестник национального института бизнеса. 2007. № 4. С. 234-241.

11. Мысаченко В.И., Колегов М.Н. Повышение конкурентоспособности предприятий машиностроительной отрасли на основе совершенствования управления затратами М.: Национальный институт бизнеса, 2007.

12. Мысаченко В.И. Совершенствование организационных структур промышленных компаний в процессе их реструктуризации // Вестник национального института бизнеса. 2008. № 5. С. 279-289.

13. Комаров В.Ю., Игнатов Н.Г. К вопросу государственного регулирования структурного обновления отраслей обрабатывающей промышленности // Экономика и предпринимательство. 2016. № 8 (73). С. 32-35.

14. Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г., Шулепов А.С. Стимулирование инновационного развития фармацевтической отрасли // В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 29-37.

15. Решетов К.Ю., Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г. Инновационная среда как основа обеспечения конкурентоспособности инновационного предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 9 (74). С. 290-297.

16. Салимова Т.А. Современные особенности процесса трудовой миграции в РФ. Вестник Национального института бизнеса, Вып. 23. М.: 2015.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАТЕРИАЛЬНОГО И МОРАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ЦИСПиКТ»)**

**Аннотация.** Рассмотрена система мотивов и стимулов труда. Определены требования к системе стимулирования труда. Доказана необходимость сочетания мер поощрения с усилением ответственности за результаты труда. Отмечены некоторые психологические особенности у работника, возникающие в процессе стимулирования труда.

**Ключевые слова:** мотив, стимул, материальное и моральное стимулирование, эффективное трудовое поведение.

Стимулирование труда предполагает создание условий, при которых активная трудовая деятельность становится необходимым и достаточным условием, удовлетворения значимых и социально обусловленных потребностей работника, формирование у него мотива труда.

Система мотивов и стимулов труда должна опираться на определенную базу – нормативный уровень трудовой деятельности. Сам факт, вступления работника в трудовые отношения предполагает, что он заранее оговоренное вознаграждение должен выполнять некоторый круг обязанностей. В этой ситуации для стимулирования еще нет места. Здесь сферы контролируемой деятельности, где работают мотивы избегания, связанные со страхом наказания за невыполнение предъявляемых требований. Таких наказаний, связанных с потерей материальных благ, может быть, как минимум, два: частичная выплата обусловленного вознаграждения, либо разрыв трудовых отношений [8].

Работник должен знать, какие требования к нему предъявляются, какое вознаграждение он получит при их соблюдении, какие санкции последуют в случае их нарушения. Дисциплина всегда несет в себе элементы принуждения; ограничивая свободу выбора вариантов поведения. Однако грань между контролируемым и мотивируемым поведением условна, так как работник с сильной мотивацией труда обладает самодисциплиной, привычкой добросовестно выполнять требования и относится к ним как к собственным нормам поведения.

Система стимулирования труда как бы вырастает из административно-правовых методов управления, но ни в коем случае их не заменяет. Стимулирование труда эффективно только в том случае, когда органы управления умеют добиваться и поддерживать тот уровень работы, за который платят. «Цель стимулирования – не вообще побудить человека работать, а побудить его делать лучше то, что обусловлено трудовыми отношениями» [1].

---

<sup>1</sup> *Самойленко Татьяна Александровна* - студентка четвертого курса, направление «Менеджмент» АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

Важнейшим видом стимулирования является материальное. Этот вид состоит из материального денежного и материального неденежного стимулирования. Материальное денежное стимулирование включает в себя все виды денежных выплат, которые применяются в организации (заработная плата, премии, бонусы, участие в прибыли, дополнительные выплаты, отсроченные платежи).

Сущность материального стимулирования наемных работников заключается в стимулировании работника к наиболее полному проявлению своего трудового потенциала, направленного на развитие и процветание организации.

В структуре материального неденежного стимулирования выделяют следующие группы стимулов: оплата расходов на транспорт, предоставление путевок в дом отдыха, льготное питание, медицинское страхование, другие группы [11].

Сущность материального не денежного стимулирования наемных работников заключается в следующем:

- предоставление работнику тех благ, получение и использование которых затруднено по каким-либо причинам;
- предоставление уникальных услуг, характерных только для данной компании;
- при нестабильной ситуации на рынке материального не денежного стимулирование обретает большую ценность, так как гарантирует получение блага;

При организации материального не денежного стимулирования нужно помнить, что чем реже материальный предмет, услуга или льгота предоставляется в организации (а также и в других организациях), тем выше ее престиж.

Вторым немаловажным является моральное стимулирование. Моральное стимулирование – это разновидность стимулирования, регулирующая поведение объекта управления на основе использования предметов и явлений, специально предназначенных для выражения общественного признания и способствующих повышению или же понижению его престижа [7].

Сущность морального стимулирования можно выразить цитатой Н.В. Гоголя: «... еще не большая мудрость сказать укорительное слово, но большая мудрость сказать такое слово, которое, не поругавшись над бедою человека, ободрило бы его, придало бы духу ему, как шпоры придают духу коню, освеженному водопоем» [2].

Разработанное на предприятии моральное стимулирование работников должно отвечать следующим требованиям:

- 1) предусматривать поощрения за конкретные показатели, на которые оказывают непосредственное воздействие и которое наиболее полно характеризуют участие каждого работника в решение задач, стоящих перед ним;
- 2) устанавливать меры поощрения за успехи в труде так, чтобы за более высокие достижения применять более значимые меры поощрения;
- 3) обеспечивать уверенность в том, что при условии выполнения принятых повышенных обязательств участники будут поощрены в соответствии с достигнутыми результатами;

4) усилить заинтересованность каждого работника в постоянном улучшении его производственных показателей;

5) быть простым, доходчивым и понятным для работников;

6) учитывать возрастающую общественно-политическую активность и профессионально-техническое мастерство, устойчивость высоких результатов в труде;

7) недопущение обесценивание моральных стимулов.

Одним из основных условий высокой эффективности морального стимулирования является обеспечение социальной справедливости, то есть точного учета и объективной оценки трудового вклада каждого работника [6].

Рассмотрим систему материального и морального стимулирования персонала на примере ООО «Центра исследований социально-политических и коммуникационных технологий».

Общество с ограниченной ответственностью «Центр исследований социально-политических и коммуникационных технологий» (в дальнейшем именуемое – «Общество») создано в соответствии с действующим законодательством РФ 8 сентября 2015 года, для осуществления научных исследований и разработки в области общественных и гуманитарных наук. На основе Устава, зарегистрированного Администрацией г. Москвы, общество является корпоративным юридическим лицом (корпорацией). Общество имеет обособленное имущество, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности. Основная цель создания предприятия - извлечение прибыли и удовлетворение общественных потребностей юридических и физических лиц в работах, товарах и услугах.

В 2015 году руководством ООО «Центр исследований социально-политических и коммуникационных технологий» была разработана система материального и морального стимулирования персонала на основе предполагаемого плана работы компании в соответствии с предварительными договоренностями партнеров в РФ и за рубежом. В связи с тем, что планы были скорректированы, финансовая деятельность ООО «ЦИСПиКТ» изменилась. В соответствии с этим была скорректирована и система материального и морального стимулирования персонала.

В ООО «ЦИСПиКТ» используются такая мера морального поощрения как объявление благодарности. Она объявляется работникам за следующие достижения:

- выполнение на высоком уровне своих трудовых функций;
- значительное улучшение технико-экономических показателей;
- перевыполнение планов;
- успехи во внедрении мероприятий по совершенствованию организации производства и труда, по повышению качества выполняемых работ;
- проведение отдельных, разовых мероприятий по поручению руководства организации.

Также применяется такое моральное поощрение как повышение работника в должности, включение в резерв на выдвижение на вышестоящую должность.

Однако, для того, чтобы эффективно применять моральные стимулы необходимо:

- разработать положение о статусах морального поощрения и значение его работникам;
- моральное поощрение подкреплять мерами материального стимула;
- вручать награды и объявлять благодарности в торжественной обстановке;
- поощрение работников своевременно – сразу после достижения определенных успехов в труде;

Также, для того чтобы быть ближе к сотрудникам в моральном плане нужно провести опрос, по результатам которого можно установить ценности и цели, к которым стремятся сотрудники. Так можно лучше узнать, как их лучше поощрить. Необходимо узнать, каковы их планы на будущее, какого рода ценности морального и материального характера имеют вес в их семье, чему они сами лично отдают предпочтение в плане подарков. Этими действиями можно получить яркую картину по каждому из сотрудников, которые являются главной силой и двигателем бизнес-процесса.

Что касается материального поощрения, то необходимо предусматривать условия премирования, число логических условий для деятельности человека не должно превышать четырех. Необходимо определиться, кто конкретно включен в круг премирования. Дело в том, что премированием охватываются только те работники, труд которых необходимо дополнительно поощрить. Эта необходимость обуславливается задачами и конкретными условиями труда и производства. Нужно сразу установить временной интервал, после которого работник может поощряться.

Система материальных поощрений должна учитывать устойчивость высоких результатов в труде. Необходимо учитывать меры поощрения за успехи в труде так, чтобы за более высокие достижения применялись более значительные меры поощрения. Можно ввести нормированные виды поощрения за выполнение плана за год. Также работников поощрять вручением ценных подарков, вручаемых на личные праздники работника и на тематические праздники (8марта, 23февраля, Новый год и другие).

Помимо увеличения премиальной части, выдаваемой в % от заключенного договора, необходимо ввести нормированную премию за выполнение определенных видов работ, перевыполнение плана или за идеальное выполнение плана работ, надбавка за выслугу лет, коллективную премию, премию из фонда директора. В связи с увеличением материального стимулирования работники будут более ответственно относиться к своей работе, что в последствие приведет к большему количеству заключенных договоров, и следовательно к большему объему работ. Выполнение этих работ приведет к увеличению прибыли компании.

Убежденность в обоснованности, справедливости признания трудовых заслуг работника, в правильности его поощрения поднимает моральный авторитет труда, возвышает личность, формирует активную жизненную позицию.

При организации морального и материального стимулирования нужно обеспечивать сочетание мер поощрения с усилением ответственности за результаты труда, что повлечет за собой рост ответственности в коллективе.

Руководитель должен учитывать некоторые психологические тенденции, которые проявляются при стимулировании:

во-первых, вероятность эффективного поведения работника тем выше, чем выше ценность и регулярность вознаграждения, получаемого в результате такого поведения;

во-вторых, при запоздалом вознаграждении ниже, чем при его немедленном;

в-третьих, эффективное трудовое поведение которого заслуженно не вознаграждается, постепенно ослабевает, теряет черты эффективности[4].

При успешном применении всего вышеизложенного на практике показатели производительности труда резко возрастут. При улучшении морального стимулирования работники будут значительно больше заинтересованы в отлично выполненной работе, причем эта работа будет выполняться в указанные сроки. Также материальное стимулирование значительно заинтересует работников повышению эффективности их работ.

#### **Список использованных источников**

1. Бухалков М.И. Управление персоналом. - М.: ИНФРА-М, 2005.
2. Гоголь Н.В. Тарас Бульба. – М.: Русская книга, 1994.
3. Грибок Н.Н., Горский Д.А., Дивненко О.В. Управление корпоративной информационно-коммуникационной экосистемой: стратегия и инновации // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2017. № 3-2017. С. 30-35.
4. Дивненко О.В., Пирогов Н.Л. Управление человеческими ресурсами. - Москва, Национальный институт бизнеса, 2013.
5. Дивненко О.В. Основы инновационного менеджмента. - Москва, Национальный институт бизнеса, 2012.
6. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие, - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011.
7. Зубань С. Система стимулирования на предприятиях // Кадровик. Кадровый менеджмент, 2007. - № 6.
8. Комаров Е. Стимулирование и мотивации в современном управлении персоналом // Управление персоналом, 2011. - № 1.
9. Кибанова А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. - М.: Проспект, 2013.
10. Пирогов Н.Л., Дивненко О.В. Управление персоналом. - Москва, Национальный институт бизнеса, 2013.
11. Яковлев Р.А. Стимулирующие выплаты как форма вознаграждения за труд // Справочник кадровика, 2004. - № 9.

## **СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ**

**Аннотация.** Определена роль и содержание социальных аспектов мотивации труда. Представлен процесс формирования механизма мотивации трудового действия. Раскрыты особенности мотивационного процесса в сельском хозяйстве.

**Ключевые слова:** мотивация труда, механизм мотивации, социальные аспекты мотивации, сельское хозяйство.

Активное управление производительностью труда предполагает эффективное использование механизмов мотивации трудовой деятельности работников. Повышение эффективности системы оплаты и стимулирования труда работников в сельском хозяйстве возможно только при условии активизации всей совокупности мотивационных факторов, движущих человеком и побуждающих его к повышению интенсивности и производительности своего труда.

Мотивы труда не только разнообразны, но и тесно взаимосвязаны между собой. Во-первых, мотивы различаются по потребностям, в которых нуждается работник и которые он пытается удовлетворить посредством трудовой деятельности. Во-вторых, различные мотивы требуют для своего удовлетворения различных по содержанию благ, которые потребуются ему для удовлетворения соответствующих потребностей. В-третьих, каждый отдельный мотив имеет свою индивидуальную ценность для конкретного работника и соответственно цену, которую работник готов заплатить за его удовлетворение.

Классические содержательные теории мотивации, в первую очередь, концентрируют свое внимание на определении тех потребностей, которые побуждают работников к трудовой деятельности, особенно в части объема и содержания работы. Среди этих потребностей, А. Маслоу выделил в отдельную категорию социальные потребности, иногда называемые потребностями в причастности, принадлежности к чему или кому-либо, потребности в социальном общении, взаимодействии, привязанности и поддержке. [ 3 ]

К социальным мотивам можно отнести следующие мотивы:

- мотив коллективизма (потребность быть в коллективе), который имеет довольно сильные позиции в России;
- личное самоутверждение (самовыражение), которое характерно для большого числа работников, преимущественно молодого или зрелого возраста;
- мотив самостоятельности, присущий работникам, готовым жертвовать стабильностью и высокими заработками ради стремления осознавать себя хозяином своего дела;

---

<sup>1</sup> Свиридовская Екатерина Владимировна - аспирантка АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

- мотив надежности (стабильности) своего положения в обществе и коллективе;
- мотив приобретения новых знаний, навыков, компетенций, квалификации, товаров, услуг, вещей для повышения цены своей рабочей силы на рынке труда;
- мотив справедливости в распределении благ и возможностей для удовлетворения своих потребностей;
- мотив состязательности, т.е. потребность кого-то обогнать, доказать, опередить в достижении своей цели.

В практике мотивации выработаны рациональные рекомендации по методам удовлетворения социальных потребностей работников:

- 1) в процессе совместной работы необходимо создавать определенные условия для взаимного неформального общения работников;
- 2) в целях формирования единой корпоративной культуры необходимо создавать комплексные производственные команды из работников различных профессий, которые должны нести коллективную ответственность за результаты работы всей команды;
- 3) для сплочения членов производственной команды целесообразно проводить регулярные совещания по выработке коллективных решений по преодолению возникающих проблем;
- 4) не нужно противодействовать возникновению неформальных групп внутри производственной команды, если они не наносят организации реального ущерба;
- 5) необходимо поддерживать социальную активность работников организации вне ее рамок.

Социальные аспекты мотивации очень разнообразны и противоречивы, т.к. связаны с различными социальными группами и их особенностями. Все это усугубляет сложность мотивации применительно к представителям различных социальных групп.

Среди социальных мотивов важнейшее значение приобретает соблюдение трудовой этики в производственных коллективах. Для соблюдения требований трудовой этики рекомендуется руководствоваться следующими принципами, которые не утратили своей актуальности и в современных условиях:

- 1) Необходимо четко и непосредственно увязывать вознаграждение с той деятельностью, которая приводит к увеличению производительности и эффективности работы предприятия в целом;
- 2) Особое внимание следует уделять тем работникам, чьи усилия и полученные результаты превосходят средние показатели для работников данной категории;
- 3) При использовании средств материального стимулирования необходимо соблюдать принцип, по которому каждый работник должен явным образом получать свою долю экономии от увеличения производительности организации в целом, в соответствии со своим трудовым участием;

4) При разработке целей и показателей, по которым можно достоверно оценить результаты деятельности каждого подразделения предприятия, необходимо привлекать всех заинтересованных работников и их руководителей;

5) Необходимо оказывать всемерную поддержку руководителям среднего звена при пересмотре должностных обязанностей и совершенствовании рабочих мест;

6) Необходимо тщательно следить за соблюдением равновесия интересов трудовых коллективов и руководителей предприятия, в случае возникновения и развития ситуаций, при которых интересы работников могут приходиться в противоречие с целями повышения эффективности всего предприятия;

7) При разработке и внедрении более высоких стандартов качества выпускаемой продукции (продуктивности, урожайности, качества молока, мяса и продукции растениеводства) необходимо компенсировать работникам возможный негативный эффект, вызванный дополнительными расходами и повышением издержек производства;

8) При разработке системы мотивации недопустимо обманывать работников и не выполнять данных им обещаний по размерам и условиям стимулирования;

9) Целесообразно отделить разработку программы повышения производительности труда от разработки программы, направленной на повышение удовлетворенности работой, т.к. они по-разному воспринимаются работниками;

10) Система мотивации должна затрагивать все категории работников, независимо от должности и статуса в организации, особенно это касается создания каких-то специальных привилегий для руководителей, которые расширяют разрыв между ними и теми, кто действительно выполняет работу.

Функция мотивации реализуется в форме побудительных мотивов к эффективному труду, а также в форме общественного воздействия, коллективных и индивидуальных поощрительных мер, оказывающих влияние на трудовой коллектив предприятия, Указанные формы воздействия активизируют работу персонала предприятия и повышают эффективность всей системы управления предприятием (организацией).

Главная задача, с точки зрения мотивационного процесса работников - это сделать их не столько обладателями средств производства, сколько полноправными владельцами своей собственной рабочей силы. На это и должны быть направлены основные усилия руководителей трудовых коллективов в реализации социальных аспектов мотивации труда, которые воплощают на практике основные принципы социальной мотивации. При этом необходимо учитывать существенные изменения, которые происходят в социальной сфере на современном этапе развития экономики страны. Люди, работающие на современных предприятиях, в настоящее время гораздо более образованны и обеспечены, чем в прошлом, поэтому мотивы их трудовой деятельности более сложны и трудны для воздействия.

Структура механизма мотивации трудового действия формируется из трех основных компонентов:

- осознание человеком своих потребностей, удовлетворение которых возможно посредством труда (деятельности);

- представление о тех благах, которые человек может получить в качестве вознаграждения за труд;

- мысленное построение того процесса, посредством которого осуществляется связь между потребностями и теми конечными благами, которые их удовлетворяют.

Механизм мотивации - это процесс побуждения человека к деятельности для достижения целей. Влияние мотивации на поведение человека зависит от множества факторов, оно очень индивидуально и может меняться под воздействием мотивов и обратной связи с деятельностью человека. Способы достижения эффективного труда на предприятиях связаны с побуждениями людей. Побуждение - это ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определенную направленность [2]. Оно является поведенческим проявлением потребности и сконцентрировано на достижении цели.

Степень удовлетворения, полученная при достижении поставленной цели, влияет на поведение человека в сходных обстоятельствах в будущем. Люди стремятся повторять то поведение, которое ассоциируется у них с удовлетворением потребности, и избегать такого, которое ассоциируется с недостаточным удовлетворением. При этом, вознаграждение служит для побуждения людей к эффективной деятельности.

В совокупности с понятием «мотивация» термин «вознаграждение» имеет более широкий смысл, чем просто деньги или удовольствия, с которыми чаще всего это слово ассоциируется. Вознаграждение - это все, что работник считает ценным для себя [1]. Это в полной мере относится и к социальным аспектам мотивации труда. В связи с этим целесообразно соблюдать определенные правила, которые позволят повысить эффективность мотивационных мероприятий в организации.

1. Похвала эффективнее порицания и неконструктивной критики.

2. Поощрение должно быть осязаемым и желательно незамедлительным по результатам работы (минимизация разрыва между результатом труда и поощрением).

3. Вознаграждение должно побуждать работников к сотрудничеству и взаимодействию в процессе трудовой деятельности.

4. Необходимо предоставлять работникам возможность чувствовать себя победителями в преодолении препятствий в трудовой деятельности.

5. Важно поощрять работников к достижению не только конечных целей, но и промежуточных целей.

6. Требуется чаще предоставлять работникам возможности для ощущения своей самостоятельности в процессе контроля качества трудовых операций.

Правильная социальная мотивация должна, прежде всего, обеспечивать удовлетворение потребности в уважении и самовыражении. Данная потребность может быть удовлетворена различными способами. Так, например, для повышения содержательности работы операторов машинного доения, целесообразно им поручать и выполнение отдельных операций по кормлению и об-

служиванию животных (включая соответствующее музыкальное сопровождение).

Положительный социальный эффект может быть получен и при обеспечении непосредственной взаимосвязи между вознаграждением и достигнутыми результатами трудовой деятельности. Это относится и к привлечению работников к постановке целей и выработке решений по их достижению. При этом важное значение необходимо придавать делегированию работникам дополнительных прав и полномочий по распоряжению соответствующими ресурсами. Реализация таких мер должна сопровождаться соответствующим обучением и переподготовкой работников, направленных на повышение уровня их профессиональной компетентности.

Для достижения конечной цели социальной мотивации за счет удовлетворения потребности в уважении и самовыражении, необходимо регулярно проводить профессиональную аттестацию работников, по результатам которой присваивать им более высокие тарифные разряды.

Принципиально важно обеспечивать удовлетворение социальных потребностей тех работников, которые работают эффективно. Для того чтобы мотивировать конкретного работника, необходимо дать ему возможность удовлетворить его важнейшие потребности посредством такого образа действий, который способствует достижению целей всей организации.

Неудовлетворенность работой приводит к производственным конфликтам, увольнениям, разочарованиям и, в итоге, приводит к общим негативным последствиям: снижению производительности труда и повышению издержек производства. Многочисленные исследования в этой области показали, что удовлетворенность работой существенно повышается на тех предприятиях, руководство которых внимательно относится к социальным нуждам своих работников и оказывает им всемерную поддержку в решении социальных проблем.

В сельскохозяйственном производстве основную социальную поддержку своим работникам также оказывают именно предприятия, на которых они работают, путем предоставления им целого комплекса социальных льгот. При этом, меры и характер социальной защиты работников, а также перечень и уровень предоставляемых льгот и их доля в структуре получаемых доходов, во многом зависят от финансовых возможностей хозяйств. Это заметно стимулирует работников к активной трудовой деятельности. В свою очередь, результат трудового вклада воздействует на уровень и структуру предоставляемых социальных льгот. Только в таком случае социальные льготы начинают активизировать мотивационный механизм. Поэтому необходимо осуществлять тесную взаимосвязь между этими двумя звеньями механизма распределительных отношений.

В результате финансового кризиса значительно снизился уровень социальной поддержки сельскохозяйственных работников со стороны их предприятий. Но, по мере укрепления финансового положения, предприятия начинают брать на себя все большую часть (иногда и основную) социальной защиты своих работников, посредством оказания льготных услуг. При этом в каждом хозяйстве постепенно складывается свой подход, разрабатывается своя система –

структура предоставляемых социальных льгот и, соответственно, повышается их уровень.

Несмотря на большое разнообразие предоставляемых хозяйствами социальных льгот, их можно условно классифицировать на несколько групп.[4 ]

1) Льготы направленные на поддержку и развитие личных подсобных хозяйств (ЛПХ) работников:

- а) предоставление участков для сенокосения и выпаса скота;
- б) установление льготных цен за выполнение механизированных (конных) работ по обработке приусадебных участков;
- в) льготные цены на услуги автотранспорта;
- г) продажа работникам продукции растениеводства для развития ЛПХ;
- д) помощь работникам в строительстве надворных построек.

2) Льготы по сохранению и укреплению здоровья:

- а) путевки на отдых и лечение работников;
- б) бесплатное предоставление транспортных средств для доставки больных в лечебные учреждения;
- в) дополнительные выплаты женщинам по беременности, на послеродовой период, на воспитание детей;
- г) предоставление работникам на льготных условиях путевок, дополнительных отпусков, и других льгот за работу на участках с вредными условиями труда;
- д) бесплатное или по льготным ценам обеспечение детей дошкольного возраста местами в детских садах, а школьного возраста путевками в школьный лагерь.

3) Социальная поддержка хозяйствами своих работников:

- а) компенсации работникам при снижении уровня реальной заработной платы в связи с инфляцией;
- б) ежемесячные компенсации на питание;
- в) продажа продуктов питания своего производства или промышленной переработки по льготным ценам;
- г) социальная поддержка работников при выходе на пенсию;
- д) социальная поддержка работников в сложных жизненных ситуациях в форме денежной материальной помощи;
- е) материальная помощь в форме натуральной продукции в одинаковом размере для всех работников;
- ж) дотации на детей;
- з) стипендии студентам, направленным хозяйствами на обучение в вузы и колледжи.

4) Социально-бытовые льготы на развитие и содержание жилищно-коммунального хозяйства:

- а) снижение платы за предоставляемое жильё;
- б) предоставление льготных коммунально-бытовых услуг;
- в) льготные цены на топливо.

В каждом хозяйстве с учетом особенностей и условий работы, количественного и качественного состава трудового коллектива и финансовых воз-

возможностей, должна разрабатываться своя система социальных льгот как краткосрочного (разового), так и долгосрочного характера. Экономическая самостоятельность трудовых коллективов дает им полную экономическую свободу в решении вопросов социальной защиты через систему материального стимулирования. При этом посредством установления различных дополнительных стимулирующих выплат можно стимулировать любые аспекты трудовой активности сельскохозяйственных работников.

#### Список использованных источников

1. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: учебник. – М.: «КНОРУС», 2009.- 432 с.
2. Генкин Б.Н. Основы организации труда: учебное пособие.- М.: «Норма», 2008.- 400 с.
3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1992.-702 с.
4. Прока Н.И. Мотивация труда и механизм формирования доходов работников сельскохозяйственного производства (теория, методология, практика), дисс. на соиск. ученой степени д.э.н.. – М.: ВНИИЭСХ, 1995.- 331 с.

*Селезнев В.Н.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

### ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ АВТОПЕРЕВОЗОК ЛОГИСТИЧЕСКИМИ МЕНЕДЖЕРАМИ

**Аннотация.** В статье показана возможность оптимизации управления по автомобильному транспорту на основе совершенствования логистического движения материальных потоков.

**Ключевые слова:** развитие логистики, логистические цепи, осевые нагрузки, стоимости перевозки, роль информации в логистике, логистические менеджеры, модели логистического менеджмента.

Управление прежними традиционными способами в условиях формирования многоукладной экономики может привести к существенному снижению эффективности предприятий, организаций и фирм. Исходя из рыночных требований, логистика должна полностью удовлетворять их запросы по-новому. При этом развитие логистики должно соответствовать изменениям, происходящим в обслуживаемых отраслях экономики и требованиями законов,<sup>2</sup> правил,<sup>3</sup> уста-

---

<sup>1</sup> *Селезнев Владимир Николаевич* – доктор психологических наук, профессор, профессор АНО ВО «Национальный институт бизнеса», заслуженный работник высшей школы Российской Федерации.

<sup>2</sup> *О Транспортно-экспедиционной деятельности* Федеральный закон № 87-ФЗ от 30.06.2003 г.,

<sup>3</sup> *Об утверждении Правил транспортно-экспедиционной деятельности.*, Постановление Правительства РФ № 554 от 08.09.2006 г

вов<sup>1</sup> перевозок грузов автомобильным транспортом.

Материальный поток в логистике должен формироваться на основе реальных платежеспособных объемов потребления и производства товарных ресурсов. На развитие логистики оказывают влияние и другие рыночные факторы, обеспечивающие успешное развитие логистических технологий.

Перевозки автомобильным транспортом продолжают оставаться одними из самых востребованных на рынке транспортных услуг. При этом наиболее перспективным с точки зрения увеличения прибыли по-прежнему является сегмент грузовых автоперевозок, в особенности – на международных маршрутах. В каналах логистических цепей автомобильный транспорт выполняет перевозки непосредственно от поставщиков до потребителей или подвоз-вывоз к морским, речным портам, железнодорожным станциям или аэропортам.

Срок доставки на автомобильном транспорте должен учитывать погрузку на складах, терминалах товаропроизводителей и товаровладельцев, а выгрузка (разгрузка) - на складах, в терминалах потребителей или местах перегрузки с одного вида транспорта на другой. Для отдельных логистических цепей, выполняющих единую технологическую функцию, необходимо учитывать и время хранения при использовании складов I, II или III степени. Тогда важный технико-эксплуатационный параметр - срок доставки товара-груза автомобильным транспортом ( $t_d^a$ ) в логистических каналах будет определяться по формуле:

$$t_d^a = \frac{t_{п} + t_{в}}{2} + \frac{l_a}{24 \cdot V_T} + t_{ст.} + \frac{t_{пг}}{2} + t_{хр} \text{ (сут.)}, \quad (1)$$

где  $t_{п}$ ,  $t_{в}$  - соответственно, время погрузки, выгрузки с учетом времени ожиданий, сут.;

$t_{ст.}$  - время, затрачиваемое на все стоянки с грузом на маршруте следования, сут.;

$l_a$  - расстояние перевозки автомобильным транспортом, км;

$V_T$  - техническая скорость на дорогах, км/ч;

$t_{пг}$  - время перегрузки с автомобильного на другой вид транспорта для бесскладской схемы, сут.;

$t_{хр.}$  - время хранения товара (груза), которое учитывается для единой логистической цепи при использовании складов различных ступеней, сут.

Определяющими техническими параметрами при этом являются грузоподъемность и геометрическая вместимость автомобилей и автопоездов, которые ограничиваются дорожными условиями. На автомобильном транспорте дорожные условия как весовые и скоростные ограничения также влияют не только на габариты и полную массу автомобилей, но и на стоимость перевозки. В этом смысле наибольший интерес представляют допустимые осевые нагрузки, которые в значительной степени оказывают влияние на формирование тарифов, а также на пропускную и провозную способность логистических каналов сбыта. На рис.1 приведены принятые в РФ современные габаритные и осевые ограни-

<sup>1</sup> Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта., Федеральный закон № 259-ФЗ от 08.11.2007 г.

чения. Автомобильный транспорт, в отличие от всех остальных видов, имеет весьма специфическую особенность, заключающуюся в его активном участии при формировании текущих запасов, ограниченных предельно допустимой грузоподъемностью.

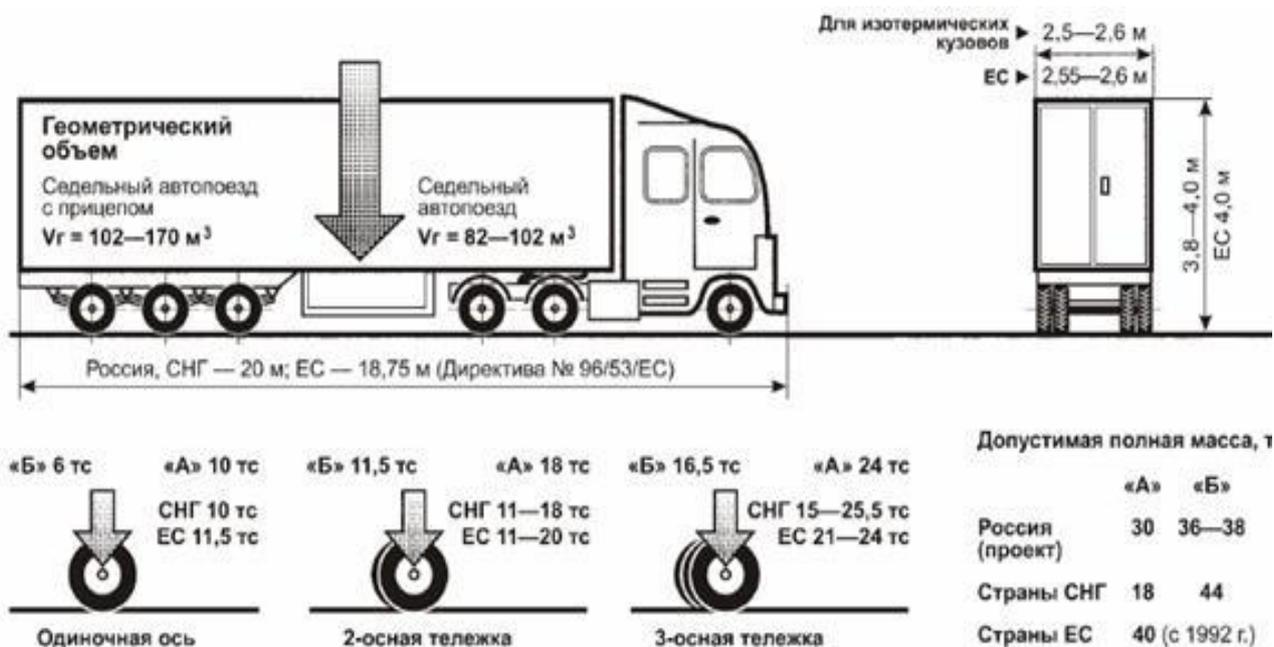


Рисунок 1. Габариты и допустимые осевые нагрузки, полные массы автомобильных транспортных средств

Отсюда логист может вычислить требуемую рыночную грузоподъемность, удовлетворяющую клиента, по формуле:

$$q = q_{\text{п}} / \gamma (T). \quad (2)$$

Заказываемая логистом геометрическая емкость кузова-фургона для перевозки конкретных видов (родов) товаров-грузов, приобретаемая на рынке подвижного состава ( $V_{\Gamma}$ ), определится по формуле:

$$V_{\Gamma} = q / Z \cdot K_{\text{в}} \leq V_{\text{пр}} (M^3)$$

$$V_{\Gamma} = q \cdot \Pi_{\text{в}} \cdot K_{\text{в}} (M^3), \quad (3)$$

где  $Z$  - плотность перевозимого товара-груза с учетом тары и упаковки, т/м<sup>3</sup>;

$K_{\text{в}}$  - коэффициент использования геометрического объема кузова (0,85-0,9);

$V_{\text{пр}}$  - предельный геометрический объем кузова, ограничиваемый вышеуказанными дорожными условиями, м<sup>3</sup>;

$\Pi_{\text{в}}$  - погрузочный объем, м<sup>3</sup>/т.

На автомобильном транспорте тарифные ставки в большей степени, чем

на других видах транспорта, зависят также и от степени соответствия между плотностью товара-груза  $Z$ , измеряемой в т/м<sup>3</sup> (обратной величине погрузочному объему в м<sup>3</sup>/т) и параметрами кузовов автомобилей - их геометрической вместимости.

Чем выше степень такого соответствия, тем меньше транспортные издержки, что важно для стабильной работы в конкурентной среде.

Например, если анализ международных автомобильных перевозок показал, что средняя плотность перевозимых импортных грузов составляет 0,207 т/м<sup>3</sup> (погрузочный объем 4,83 м<sup>3</sup>/т), а партионность (величина отдельных партий груза в составе грузопотока) отправки равна 20 т при условии, что коэффициент использования грузоподъемности равен единице, то требуемый заказываемый геометрический объем кузова автопоезда, при коэффициенте использования вместимости равном 0,85, составит 82 м<sup>3</sup>. Полученные значения двух параметров автопоезда - грузоподъемность 20 т и геометрический объем кузова 82 м<sup>3</sup> - могут использоваться как базовые для определения тарифных ставок в таких международных автомобильных перевозках для других грузоподъемностей и вместимостей.

На автомобильном транспорте расчет стоимости перевозки осуществляется по двум основным видам оплаты: сдельной и повременной. При сдельной оплате стоимость определяется в руб./ткм, а при повременной - в руб./авт. ч. Отдельно устанавливается ставка за погрузку или выгрузку (в руб./т). Все тарифные ставки на автомобильном транспорте в большинстве случаев формируются на рыночных принципах, учитывающих как внутривидовую конкуренцию, так и конкуренцию внешнюю, т.е. с другими видами транспорта, участвующими в логистических цепях.

До недавнего времени роль информации в логистике не выделялась и не рассматривалась особо. Такое невнимание объяснялось главным образом недостатком удобных для пользования технологий сбора и накопления информации. К тому же менеджеры не осознавали в полной мере, насколько мощным инструментом повышения эффективности логистики могут стать высокоскоростные и высокоточные средства информационного обмена. Но все это дела минувших дней. Современные технологии способны удовлетворить подавляющую часть информационных потребностей. Появились возможности при необходимости получать данные в режиме реального времени. А менеджеры научились пользоваться такими информационными технологиями и принимать с их помощью новые, нетрадиционные логистические решения. Однако польза, которую можно извлечь из технологии, полностью зависит от качества информации. Недоброкачественная информация способна создать массу непредсказуемых сложностей в работе. Обычно информационный "брак" бывает двух видов. Во-первых, поступившие данные порой неверно отражают реальные тенденции и события. Поскольку логистика в большой мере имеет дело с будущими потребностями, неточные оценки и прогнозы могут привести к нехватке или, напротив того, избыточному накоплению запасов. В частности, неоправданное положение с запасами может сложиться у компании в результате слишком оптимистичных прогнозов. Во-вторых, данные, полученные при обработке заказов,

иногда искажают реальные потребности клиентов. Выполнение недостоверного заказа влечет за собой все издержки, присущие логистике, но, как правило, не завершается продажей товара. Фактически издержки зачастую даже возрастают на величину затрат, необходимых для возврата груза, а если возможность продать товар все еще сохраняется, то повторная попытка обслужить клиента еще раз увеличивает издержки. Короче говоря, любая ошибка в массиве нужной информации потенциально чревата сбоями в нормальной работе всей логистической цепочки.

Две области логистики больше других зависят от информации - это прогнозирование и управление заказами. Прогнозирование в логистике служит для определения будущих потребностей. Прогноз используется как инструмент оценки того объема запасов, который нужен для удовлетворения ожидаемых запросов потребителей. Но логистические менеджеры не следуют слепо каждой "букве" прогнозов. Одна из главных причин, по которым они нуждаются в информации для четкого управления логистическими операциями, заключается в необходимости компенсировать неточность прогнозов умением быстро отвечать на изменившиеся потребности. Системы управления - "точно-в-срок", "быстрое реагирование", "непрерывное пополнение запасов" - служат примерами моделей логистического менеджмента, появление которых стало возможным благодаря современным информационным технологиям. Важнейшая задача менеджеров по логистике - строить хозяйственные стратегии своих фирм (их планирование и осуществление) на основе желательного сочетания прогнозов и оперативного контроля. Управление заказами попросту означает удовлетворение конкретных запросов клиентов. Исполнение заказа потребителя - это основная операция в логистике. Логистика обслуживает как внешних, так и внутренних потребителей. В число внешних потребителей входят все конечные пользователи (покупатели) продукта или услуги, а также все торговые партнеры фирмы, приобретающие продукты или услуги для перепродажи. Внутренние потребители - это структурные подразделения фирмы, нуждающиеся в логистической поддержке для выполнения своих функций. Управление заказами охватывает все виды деятельности, связанные с удовлетворением запросов потребителей, - от собственно приема заказов до поставки товаров, выставления счетов и, зачастую, получения оплаты. Фирма лишь настолько способна преуспеть в логистике, насколько велика ее компетентность в управлении заказами.

Чем более эффективна логистическая система фирмы, тем более чувствительна она к точности информации. Компании, имеющие хорошо отлаженные и оперативные системы логистики, не держат избыточных запасов в качестве защитного средства от сбоев в текущей деятельности, объем так называемых буферных (страховых) запасов здесь сведен к минимуму. Неверная информация и задержки с обработкой заказов способны полностью подорвать нормальную работу логистики. Информационные потоки придают динамичность логистической системе. Стало быть, качество и своевременность информации - это ключевые факторы эффективности логистики.

Жесткая конкуренция на рынке, появление новых, более дешевых и достаточно эффективных разработок, заставляют пересмотреть существующие принципы функционирования компании.

Логистика – это бизнес-концепция, базирующаяся на вовлечении отдельных взаимосвязанных элементов в общий процесс с целью предотвращения нерационального расходования ресурсов компании. Логистика рассматривается как один из инструментов бизнеса, позволяющий экономить ресурсы компании.

Основной задачей логистики является оптимизация внутренних и внешних материальных потоков, а также сопутствующих им информационных и финансовых потоков, оптимизация бизнес-процессов с целью минимизации общих затрат ресурсов.

Логистический процесс должен протекать с соблюдением основного правила логистики – правила "7R":

- 1R (right product) - нужный товар;
- 2R (right quality) - необходимого качества;
- 3R (right quantity) - в необходимом количестве;
- 4R (right time) - в нужное время;
- 5R (right place) - в нужное место;
- 6R (right customer) - нужному потребителю;
- 7R (right cost) - с требуемым уровнем затрат.

Сущность классического определения общих целей функции логистики таково, что потребитель должен получить необходимые по качеству и количеству товары, в нужное время, в нужном месте, от надежного поставщика с хорошим уровнем обслуживания (как до осуществления продажи продукции, так и после нее) и при заданном уровне общих затрат.

Логистическое управление в компании выполняет функции организации, планирования, регулирования, координации, контроля и анализа. Одной из важнейших задач логистического менеджмента в компании является координация логистических функций и согласование целей с поставщиками, подрядчиками и потребителями.

Объектом логистического управления являются потоки, потоковые процессы, любые процессы, связанные с перемещением чего-либо.

Логистическое управление компанией можно также рассматривать как систему, увязывающую в единое целое управление как внутренними бизнес-процессами, так и бизнес-процессами партнеров.

В основе логистического управления компанией лежит идея непрерывного мониторинга всей логистической цепи. Эффективное использование принципов и методов логистики позволяют руководству компании высвободить финансовые средства на дополнительные инвестиции.

На сегодняшний день одним из условий повышения эффективности оперативного управления транспортно-логистическими системами (ТЛС) является внедрение информационных технологий в технологические процессы планирования и управления. Одним из вариантов является переход от последовательных технологий оперативного планирования работы к объектно-ориентированному подходу.

### Список использованных источников

1. О Транспортно-экспедиционной деятельности Федеральный закон № 87-ФЗ от 30.06.2003 г.,
2. Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта., Федеральный закон № 259-ФЗ от 08.11.2007г.
3. Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом. Постановление Правительства РФ № 272 от 15.04.2011 г.
4. Багинова В.В., Николаева А.И., Основы логистики: Методические указания. - М.: МИИТ, 2010.
5. Внешнеторговые транспортные операции и логистика. Учебное пособие./ Д.С. Николаев и др. М.: "Анкил", 2007.

*Симакина М. А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Московский гуманитарный университет»*

## ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

**Аннотация:** В статье исследуется вопрос представленности показателей и индикаторов качества и уровня жизни в документах, регулирующих социальную политику в Российской Федерации на региональном и федеральном уровнях. Прослеживается тенденция изменения отношения к показателям качества жизни руководства регионов. Фиксируется значимость индикаторов и показателей качества жизни для формирования адекватной социальной политики в стране.

**Ключевые слова:** государственная социальная политика, государственное регулирование, качество жизни, программы социально-экономического развития.

Для современных исследователей является несомненным, что качество государственного управления влияет на рост экономического благосостояния страны, качество жизни населения. Существуют различные подходы к пониманию моделей оценки эффективности деятельности государственных органов в области государственной социальной политики и повышения качества жизни граждан. Для качественной оценки необходимо, чтобы она носила комплексный характер, учитывала сложность понятия «качество жизни» и взаимосвязанность различных звеньев и уровней управления. В мировой практике существуют две наиболее часто используемые модели: результативная и затратная. Для затратной модели характерно внимание к выделенным бюджетным ассигнованиям, которые должны точно соответствовать лимитам бюджетных обязательств. Основными критериями оценки необходимого финансирования в затратной модели выступают: проект сметы доходов и расходов по бюджетной

---

<sup>1</sup> Симакина М. А. - кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета. АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

деятельности; объем расходов прошлого периода; уровень инфляции. При этом эффективность государственного управления определяется как точно потраченные средства, т.е. соответствие утвержденной сметы доходов и расходов бюджетного учреждения ее выполнению, а также выявление фактов нецелевого использования бюджетных средств.

Для результативной модели важно исследовать достижения поставленных перед государственными органами целей и задач в рамках реализуемой ими программы. Объем бюджетных средств выделяется в соответствии с результатами, которые должны быть достигнуты [4].

Достаточно долгое время в России преобладала затратная модель оценки, а такой показатель как «качество жизни» не фигурировал в системе государственной социальной политики. Однако, начиная с 2003 года в регионах начали появляться, во-первых, региональные программы улучшения качества жизни населения, во-вторых, попытки оценки процесса повышения качества жизни по полученным в регионах результатам. Одним из успешных проектов была признана «Программа улучшения качества жизни населения Белгородской области», принятая в 2003 году. Основными задачами программы были заявлены: увеличение продолжительности жизни, минимизация всех видов угроз ее безопасности; формирование благоприятных условий для самореализации человека в профессиональной и социальной сферах, осуществление целевых поддерживающих и стимулирующих программ социально-экономического развития; создание условий для духовного благополучия и здоровья человека, утверждение в обществе норм нравственности и морали [2]. Реализацией этой программы и особым вниманием регионального руководства к ней обычно объясняют достаточно высокие показатели уровня и качества жизни в области. По данным общероссийского рейтинга качества жизни в регионах, Белгородская область из года в год занимает высокое 6 место.

Следующей в 2004 году программу повышения качества жизни населения приняла Брянская область. Целями программы были заявлены: обеспечение устойчивых темпов экономического роста в реальном секторе экономики; реформирование отраслей социальной сферы, синхронизированное с ростом уровня жизни населения; создание условий для самореализации и всестороннего развития личности [5]. Целевые показатели не были достигнуты и на 2016 года в рейтинге качества жизни в регионах область занимает 50-е место. Далее схожие программы принимали: Калужская область в 2004 году – «Программа повышения качества жизни населения Калужской области на 2004-2010 гг.»; Кемеровская область в 2005 году – «Концепция качества жизни населения Кемеровской области на 2005-2008 годы»; Ханты-Мансийский автономный округ – Югра в 2006 году - Закон «О качестве жизни населения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»; Томская область в 2008 году – «Концепция повышения благосостояния населения Томской области до 2020 года»; Курганская область в 2011 году – «Концепция улучшения уровня жизни населения Курганской области на 2011-2015 годы»; Свердловская область в 2014 году - «Концепция повышения качества жизни населения Свердловской области на период до 2030 года – «Новое качество жизни уральцев»». Из перечисленных

регионов только Ханты-Мансийский автономный округ – Югра входит в десятку лучших регионов России по качеству жизни и держится стабильно на 7-8 месте.

Конечно, с точки зрения результативной модели оценки государственного управления, значимыми являются не только цели программы повышения качества жизни населения, но и индикаторы, которые используются для оценки изменения показателей. Интересным является тот факт, что в программе улучшения качества жизни населения Белгородской области, точные показатели, которых следует достичь или список индикаторов оценки не обозначен. Определены только общие ожидаемые эффекты от программы, к которым относятся, например: стабилизация демографической ситуации в области; увеличение продолжительности жизни; снижение доли малоимущих в обществе; увеличение представительства среднего класса; сохранение социальной стабильности в регионе; обеспечение устойчивого роста экономического потенциала области и т.д.

В противовес такому общему подходу в Постановлении Государственной Думы Томской области «О Концепции повышения благосостояния населения Томской области до 2020 года» от 30.10.2008 №1738 не только точно прописаны индикаторы для оценки, но и даны целевые показатели, которых следует достичь в долгосрочной и среднесрочной перспективе к 2020 году. Например, ожидаемая продолжительность жизни должна вырасти с 67 (по состоянию на 2007 года) до 75 лет; уровень бедности снизится с 13,6% до 5-7%; а доля населения, относящегося к среднему классу должна вырасти с 22 до более 50% от всего населения региона.

В остальных изученных нами региональных программах (Ханты-Мансийского автономного округа – Югры; Калужской области; Брянской области), критерии и индикаторы близки к показателям, используемым при составлении рейтинга качества жизни в регионах РФ, который с 2012 года рассчитывают и публикуют эксперты Рейтингового агентства «РИА Рейтинг». В 2016 году для составления рейтинга было отобрано 72 показателя, которые были объединены в 11 групп:

1. Уровень доходов населения.
2. Занятость населения и рынок труда.
3. Жилищные условия населения.
4. Безопасность проживания.
5. Демографическая ситуация.
6. Экологические и климатические условия.
7. Здоровье населения и уровень образования.
8. Обеспеченность объектами социальной инфраструктуры.
9. Уровень экономического развития.
10. Уровень развития малого бизнеса.
11. Освоение территории и развитие транспортной инфраструктуры [6].

Список показателей в рейтинге медленно меняется и актуализируется под воздействием экономических и политических изменений в стране, но все же остается достаточно близким к принятым во всем мире показателям оценки ка-

чества жизни населения. Например, среди принятых в мире индикаторов качества жизни населения есть социальные индикаторы ОЭСР [7], которые достаточно близки перечисленным в методике проведения российского рейтинга.

Некоторые исследователи считают, что благодаря таким программам, а именно «выработанным социальным стандартам качества жизни» в регионе возрастает социальный стандарт качества жизни граждан и улучшается демографическая ситуация [1].

Рядом авторов (Кайль Я.Я, Епина В.С.[3]; Вдовина Е.С., Куликова М.А.) высказывалась идея о необходимости принятия в России Закона «О качестве жизни населения РФ». Такая инициатива даже была зарегистрирована на сайте проекта «Российская общественная инициатива» ([www.roi.ru](http://www.roi.ru)), но набрала всего 70 голосов.

Следует отметить, что после публикации Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, начало меняться отношение региональных властей к формулированию программ и задач, касающихся качества жизни населения.

Во-первых, сформировался тренд формирование целевых региональных программ по повышению качества жизни отдельных групп населения, например, граждан пожилого возраста (Санкт-Петербург, Ростовская, Челябинская области, Удмуртская Республика и др.).

Во-вторых, создаются структуры, призванные следить за качеством жизни населения региона.

В-третьих, показатели качества жизни населения включаются в Стратегии социально-экономического развития округов и регионов. В части регионов ограничиваются формулировкой общеэкономических показателей, положительное изменение которых должно привести к улучшению качества жизни населения. Например, в Стратегии социально-экономического развития Южного федерального округа на период до 2020 года, принятой 5 сентября 2011 года, зафиксированы следующие основные показатели социально-экономического развития: Индекс динамики экономической активности; индекс промышленного производства; индекс физического объема продукции сельского хозяйства; индекс физического объема работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»; индекс оборота розничной торговли; индекс реальных денежных доходов населения; доля прибыльных организаций в экономике; уровень общей безработицы [10]. А в Стратегии социально-экономического развития Центрального федерального округа на период до 2020 года, принятой 6 сентября 2011 года, наряду с общеэкономическими показателями, такими как ВРП и производительность труда, введены отдельной строкой показатели развития социальной сферы:

- демография: коэффициент естественного прироста населения; суммарный коэффициент рождаемости; ожидаемая продолжительность жизни; коэффициент младенческой смертности;

- уровень жизни населения: удельный вес численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума; среднедушевые денежные доходы населения в месяц; рост реальных доходов населения;

- жилищно-коммунальное хозяйство: ввод в действие жилых домов; обеспеченность жильем [9].

Показательной является также разработанная в рамках поручения Президента Среднесрочная программа социально-экономического развития России до 2025 года «Стратегия Роста». Заявляется, что реализация этой программы обеспечит устойчивый рост экономики выше среднемировых в 2018-2019 годах, а в среднесрочной перспективе выход на высокие темпы и качество роста на уровне 5-6% [8]. Авторы Стратегии отмечают, что государственные расходы на социальную сферу продолжают восприниматься не как инвестиции в человеческий капитал, а как невозвратные расходы. Это приводит к доминированию затратной модели финансирования всех программ, связанных с повышением качества жизни населения. К тому же, неблагоприятные в целом экономические показатели, привели к сокращению реальных бюджетных расходов на систему образования, здравоохранения и систему социальной поддержки в бюджете 2017-2019 годов, что приведет к снижению качества и уровня жизни граждан. Целью современной социальной политики авторы называют обеспечение достойный уровень и качество жизни для всех граждан. А в качестве основных показателей качества жизни граждан называют: продолжительность жизни; уровень младенческой смертности; коэффициент рождаемости; обеспечение комфортным жильем; долю расходов на образование и здравоохранение в ВВП.

#### **Список использованных источников**

1. Вдовина Е.С., Куликова М.А. Система государственного регулирования качества жизни населения в Российской Федерации // Перспективы науки, №4(19), 2011. С. 143.
2. Закон Белгородской области «Об утверждении программы улучшения качества жизни населения Белгородской области» от 2.04.2003, №74 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/469028981>. – (Дата обращения 18.11.2017).
3. Кайль Я.Я., Епинина В.С. Повышение качества жизни населения субъектов РФ как приоритет совершенствования государственного менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/2327-2013-09-04-06-18-46>. – (дата обращения 18.11.2017).
4. Нагимова А.М. Социологический анализ качества жизни населения: региональный аспект. – Казань, 2010. – 306 с. С. 61.
5. О мерах по реализации программы повышения качества жизни населения Брянской области: постановление администрации Брянской области от 28 октября 2004 года №528 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: - <http://docs.cntd.ru/document/974003857>. – (Дата обращения 22.11.2017).
6. Рейтинг регионов РФ по качеству жизни – 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.riarating.ru/>. - (Дата обращения 18.11.2017).
7. Симакина М.А. Трансформация качества жизни в условиях перехода к информационному обществу: диссертация. – М., 2012. - 238 с. С.217.

8. Среднесрочная программа социально-экономического развития страны до 2025 года «Стратегия Роста» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stolypinsky.club/strategiya-rosta-3/>. – (Дата обращения 28.11.2017).

9. Стратегия социально-экономического развития Центрального федерального округа на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: - <http://economy.gov.ru>. – (Дата обращения 28.11.2017).

10. Стратегия социально-экономического развития Южного федерального округа на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. – (Дата обращения 28.11.2017).

*Соснова А. С.<sup>1</sup>*

*Бизнес-консультант Группы Компаний «Психология управления»*

## **МОТИВАЦИЯ СИЛЬНЫХ СОТРУДНИКОВ И ПРАВИЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К НИМ**

**Аннотация.** Определены роль и содержание мотивации сотрудников организации как важнейших компонент системы успешного управления организацией в современных условиях. Представлены основные составляющие мотивации сильных российских работников.

**Ключевые слова:** мотивация, управление, экономическая культура, нормы и ограничения трудового поведения, способы мотивации подчиненных, мотивационная экосистема, руководитель, управление людьми, карьерное развитие.

Опытные руководители знают, как выглядит мотивация сильных сотрудников. Когда я прошу своих клиентов, которые хотят развить в себе навыки лидерства, описать тип мотивации, которую они хотят видеть в своих сотрудниках, они упоминают такие качества, как настойчивость, самостоятельность, ответственность, нацеленность на результат и готовность сделать как можно больше, чтобы помочь другим членам своей команды. Тем не менее, далеко не все знают, как усилить или поддержать подобного рода мотивацию.

Некоторые руководители не понимают, что являются неотъемлемой составляющей мотивационной экосистемы. Для того, чтобы сотрудники всегда обладали всеми вышеперечисленными качествами, им необходимо положительное подкрепление, внешняя мотивация, доверие и поддержка в работе. Все это, безусловно, зависит от руководителя. Так или иначе, поведение руководителя и его отношение к работе всегда влияет на качество работы подчиненных.

Многие компании пропагандируют механический подход к управлению людьми, которых они нанимают. Их стремление использовать для мотивации одно лишь финансовое стимулирование напоминает попытку построить дом с помощью одного молотка. Если речь идет о поощрении, необходимо задей-

---

<sup>1</sup> *Соснова Анастасия Сергеевна* – бизнес-консультант Группы Компаний «Психология управления».

ствовать все аспекты взаимоотношений между руководителем и сотрудником. Качество этих взаимоотношений определяет уровень мотивации в большей степени, чем размер компенсации и бонусный пакет.

Существует еще один барьер, ограничивающий возможности для мотивации сильных сотрудников. Многие ошибочно считают, что мотивация - это своего рода врожденное качество, "либо она есть, либо ее нет". Фактически, уровень мотивации далеко не статичен, он постоянно меняется, однако сотрудники с низкой мотивацией часто считаются "безнадежными", и руководство не предпринимает попыток повлиять на них. Своими действиями и отношением они поощряют поведение, которого можно ожидать от немотивированного сотрудника, и круг замыкается. В проигрыше остаются все - компания лишается ценного вклада, руководитель ведет себя безответственно, а сотрудник все больше и больше теряет интерес к работе.

9 поступков руководителей, из-за которых уходят лучшие сотрудники.

Удивительно, но многие руководители часто жалуются на то, что от них уходят лучшие сотрудники. Если это так, у них есть причины бить тревогу, т.к. для любой компании нет ничего хуже потери ценных кадров.

Можно списывать эти проблемы на что угодно, но факт остается фактом: люди не уходят, если их не устраивает работа; люди уходят, если им не нравится руководитель.

Но, проблем можно избежать, взглянув на ситуацию по-новому.

Прежде всего, необходимо понять, какие действия руководителей раздражают хороших сотрудников больше всего.

## **1. Чрезмерные нагрузки**

Чрезмерная нагрузка - это основная причина эмоционального выгорания. Если вы работаете с лучшими специалистами, соблазн "выжать" из них максимум очень велик, однако подобное стремление приводит людей в замешательство - им кажется, что их наказывают за качественную работу. Кроме того, перегрузки снижают продуктивность труда. Последнее исследование от Стэнфордского университета доказало, что при продолжительности рабочей недели более 50 часов эффективность резко падает, а при продолжительности более 55 часов - стремится к нулю.

Если вам необходимо поручить талантливым сотрудникам дополнительный объем работ, вам придется повысить их в статусе. Если этого не сделать, работа быстро начнет их тяготить, и в конечном итоге они уйдут. Избыточную нагрузку можно компенсировать с помощью прибавки, повышения или изменения должности. Не стоит рассчитывать на то, что талантливые люди будут ра-

ботать больше, чем все остальные. Скорее всего, они просто найдут место, где их оценят по заслугам.

## **2. Отсутствие признания и наград за хорошую работу**

На первый взгляд может показаться, что ободряющее похлопывание по плечу ничего не значит, особенно для лучшего сотрудника с великолепной внутренней мотивацией. Это впечатление обманчиво, потому что похвала нравится всем, включая тех, кто отдается работе целиком. Руководителям необходимо чаще общаться с подчиненными и выяснять, каким образом их можно приободрить и наградить за успехи (например, выдать премию или похвалить в присутствии коллег). Помните, что в случае с талантливыми сотрудниками это придется делать действительно часто.

## **3. Отсутствие человеческой заботы**

Более половины сотрудников покидают свои рабочие места, потому что им не удается выстроить доверительные отношения с начальством. Умные руководители умеют поддерживать баланс между профессионализмом и человечностью. Они празднуют успехи сотрудников вместе с ними, пытаются помочь тем, кто переживает не лучшие времена, и заставляют работать на пределе возможностей, если это необходимо. Те же, кому это чуждо, продолжают жаловаться на высокий процент текучести кадров. Вряд ли люди будут работать на вас, не чувствуя вашей эмоциональной вовлеченности и искренней заботы об их благе.

## **4. Невыполнение обязательств**

Давая сотруднику обещание, вы можете осчастливить или разочаровать его, спровоцировав уход. Выполнив обещание, вы оправдываете доверие и растете в его глазах, что, бесспорно, очень важно. Отказываясь от обещания, вы выглядите скользким типом, который не уважает чужих чувств. Если руководитель не выполняет свои обещания, рано или поздно все сотрудники начинают следовать его примеру.

## **5. Найм и продвижение неподходящих специалистов**

Хорошие трудолюбивые сотрудники хотят видеть рядом с собой таких же добросовестных коллег. Если руководитель не заботится о тщательном отборе новых кадров, это демотивирует тех, кто уже работает в компании. Продвижение неподходящих специалистов всегда приводит к плачевным результатам. Человек, который упорно трудился, но остался без повышения, наверняка оскорбится и начнет искать своему таланту новое применение.

## **6. Препятствия в попытках следовать за мечтой**

Талантливые люди всегда одержимы своим делом. У них есть надежды и мечты, к которым они стремятся. Это стремление позволяет им продуктивно трудиться и получать удовольствие от работы. Многие руководители ограничивают своих подчиненных. Они боятся, что люди, одержимые страстью, будут работать хуже, если позволить этой страсти завладеть ими. Этот страх совершенно не обоснован. Исследования доказывают, что эйфория от погони за мечтой повышает продуктивность работы примерно в пять раз.

## **7. Отсутствие обучения**

Отвечая на вопросы о невнимании к подчиненным, многие руководители ищут себе оправдания, прикрываясь такими словами, как "доверие", "самостоятельная работа" и "делегирование полномочий". Это абсолютно не верно. Руководители должны руководить, вне зависимости от того, насколько талантливы их подчиненные. Они должны постоянно слушать и высказывать свое мнение.

Процесс управления бесконечен. Если под вашим началом работает талантливый сотрудник, вам необходимо определить для него путь развития или профессиональными словами – **карьерное развитие**. Лучшие специалисты всегда рассчитывают на обратную связь, и вы обязаны ее предоставлять. Если этого не произойдет, сотрудник быстро заскучает и расслабится.

## **8. Противодействие творческому подходу**

Талантливые сотрудники всегда стремятся улучшить то, к чему они прикасаются. Если вы не позволите им этого делать, опасаясь новшеств, они быстро возненавидят свою работу. Попытки сдержать творческие порывы вредят всем, включая самого руководителя.

## **9. Отсутствие трудных и интересных задач**

Лучшие руководители иногда дают своим сотрудникам задачи, которые на первый взгляд кажутся невыполнимыми. Они отказываются от тривиальных проектов и вместо этого пытаются вытолкнуть людей из их зоны комфорта, а затем прикладывают максимум усилий, чтобы помочь им достичь успеха. Если талантливые и умные люди вынуждены заниматься простой или скучной работой, они начинают искать другую, чтобы испытать свои способности.

Таким образом, для держания ценных кадров, руководителю необходимо внимательно следить за своим отношением к персоналу. Важно помнить, что талант дает безграничные возможности для выбора и стремиться к тому, чтобы лучшие сотрудники выбирали именно вас.

## Список использованных источников

1. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. М.: -ТК Велби, Изд-во «Прспект», 2012
2. Егоршин А. П. «Мотивация трудовой деятельности». 2010.
3. Кочеткова А.И. Введение в организационное поведение и организационное моделирование: Учеб. пособие. - М.: Дело АНХ, 2008.
4. Селезнев В.Н., Жернакова М.Б. Человек и управление: социально-организационные основы инновационности российского менеджмента. Национальный институт бизнеса, 2012

*Тимофеев М.И.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Мысаченко В.И.<sup>2</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Жеребцов В.И.<sup>3</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## ДРУГОЙ ВЗГЛЯД НА ТЕОРИЮ МЕНЕДЖМЕНТА П. ДРУКЕРА

**Аннотация.** Цель данной статьи – оценить идеи одного из самых влиятельных теоретиков менеджмента XX века, Питера Друкера (1909-2005г.). Положения и выводы нашего исследования, касающегося критического анализа труда Питера Друкера «Энциклопедия менеджмента», могут уберечь управленцев-практиков и теоретиков менеджмента от бездумного применения всех гипотез и идей, идущих к нам с Запада, которые могут принести вред российской экономической практике и отечественному образованию.

**Ключевые слова:** менеджмент, энциклопедия менеджмента, идеи П. Друкера, критика взглядов П. Друкера, маркетинг.

В настоящем исследовании мы продолжаем критический анализ работ западных специалистов и экспертов по рыночной экономике, в таких сферах знаний, как экономика, менеджмент и маркетинг [1,2,3]. Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что менеджмент не относится к точным наукам, поэтому его парадигмы от тех или иных теоретиков должны творчески перерабатываться или даже вообще пересматриваться с точки зрения современного момента. В частности, известный американский экономист австрийского происхождения Питер Друкер, безусловно, внес полезный вклад в систематизацию

---

<sup>1</sup> Тимофеев Михаил Иванович - кандидат технических наук, доцент, профессор. АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>2</sup> Мысаченко Виктор Иванович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономической теории и актуальных проблем экономики». АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>3</sup> Жеребцов Владимир Иванович – кандидат экономических наук, доцент АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

менеджмента как науки. Но, следуя заветам самого П.Друкера, нельзя следовать советам каких-либо ученых как догмам.

Авторы провели потекстовый анализ популярного труда Друкера «Энциклопедия менеджмента», и выявили ряд серьезных заблуждений и противоречий в изложении этого теоретика [4]. Думается, следует напомнить, что книга написана Друкером в возрасте 92 лет, что требует от читателей некоторой снисходительности к интеллектуальному творчеству автора таких преклонных лет.

Друкер: «Третий рейх проиграл — и этот проигрыш был обусловлен, прежде всего, просчетами в управлении» [4, с.25]. Авторы: Тут Друкер буквально притягивает «за уши» теоретический менеджмент, делая непонимающий вид, что Гитлер совершил не управленческий, а стратегический *геополитический* просчет, решившись напасть на СССР.

Друкер: «До последнего времени никто не знал, как организовать совместную профессиональную деятельность людей с разными знаниями и квалификацией, направленную на достижение общих целей» [4, с.21]. Авторы: Это явное преувеличение Друкером роли современного менеджмента как науки, похоже, с целью возвеличивания самого себя как «отца менеджмента». Все достижения в тех или иных странах, которые мы видим в истории мировой цивилизации за десятки тысяч лет, были бы невозможны без целенаправленной организации деятельности людей самых разных специальностей, и когда методы управления просто передавались из уст в уста без формирования всяких теорий.

Друкер: «Феноменальный рывок в развитии Японии и Южной Кореи обусловлен реформой производственного обучения» [4, с.23]. Авторы: но Друкер опять лукавит, делая вид, что не знает о мощной финансовой, технологической и политической поддержке этих стран со стороны США с целью выращивания альтернативных Китаю и Северной Корее политико-экономических систем. Кроме того, широко известно, что Япония в 50-60 г.г. 20 века смогла сделать рывок за счет высокой интенсивности низкооплачиваемого труда и политики скупки лицензий в сфере высоких технологий [5,6,7,8].

Друкер: «Именно социальные инновации ... намного важнее, чем любые научные или технические изобретения» [4, с.26]. «Эволюция и история менеджмента — его достижений и проблем — свидетельствуют о том, что менеджмент, помимо всего прочего, базируется на **нескольких важных принципах**». Ниже приводится краткое описание этих принципов.

1. «Менеджмент касается человека, и только человека. Задача менеджмента — обеспечить совместную и эффективную работу людей, давая им возможность реализовать в максимальной степени свои сильные стороны и нейтрализуя их недостатки» [4, с.28]. Авторы: Это принципиально верный подход, за который следует похвалить Друкера. Однако, «только человека» касается лишь раздела менеджмента, называемый «Управление персоналом». Кроме этого необходимы знания теории планирования, теории принятия управленческих решений и др. [9,10,11,12].

2. «Одна из важнейших проблем, с которыми сталкиваются менеджеры в любой развивающейся стране, заключается в том, чтобы выявить элементы

собственной традиции, истории и культуры, которые можно использовать в менеджменте» [4, с.29]. Авторы: Однако насаждаемая последние 30 лет стратегия глобализма как раз требует универсификации и нивелирования национальных особенностей и традиций.

3. «Предприятие не достигнет успеха, если все его работники не будут стремиться к общим целям и разделять общие ценности» [4, с.29]. Авторы: Если строго следовать этому утверждению, то менеджерам всю жизнь пришлось бы посвятить исключительно созданию коллектива, *все* члены которого готовы отдавать все свои силы на «стремление к общим целям».

4. «Менеджмент должен давать возможность роста и развития как предприятию в целом, так и каждому из его работников в отдельности по мере изменения потребностей и появления новых возможностей. Каждое предприятие представляет собой учреждение, где обучают и обучаются» [4, с.29]. Авторы: Это верно, но у нас даже добросовестные специалисты теряют надежду на карьерный рост, увеличивая показатели текучести кадров. Обучение в организациях сплошь и рядом сводится к тому, чтобы заполнять появляющиеся вакансии обучением новичков азам специальности, а не культивировать классных специалистов [13,14,15].

5. «Каждый работник должен подумать о том, что *он* должен своим товарищам по работе, каковы *его* обязанности перед ними, и сообщить *им* об этом. Каждый работник должен подумать о том, что *ему* должны его товарищи по работе, каковы *их* обязанности перед ним, и довести до их сведения, чего именно *он* ожидает от них» (4, с.30). Авторы: Досадно видеть, как гуру менеджмента уверен, что сотрудники должны друг другу объяснять, как им надо взаимодействовать. Это должно быть прописано в должностных инструкциях и правилах корпоративной культуры.

Друкер: «Наконец, самое важное: реальные результаты деятельности любого предприятия проявляются только вне этого предприятия. Результат деятельности любой компании — удовлетворенный потребитель» [4, с.30]. Авторы: Но как быть с научными учреждениями, работающими на далекую перспективу в области фундаментальных наук? Никто не может предсказать, найдет ли практическое применение та или иная научная гипотеза, но в науке ценен и отрицательный результат, на который не найдется никакой потребитель.

Друкер: «Когда речь идет о коммерческом предприятии, миссия предусматривает достижение определенных экономических результатов» [4, с.34]. Авторы: Пожалуй, эта формулировка честнее, чем вышеупомянутое популистское утверждение «Результат деятельности любой компании — удовлетворенный потребитель».

Друкер: «Любое коммерческое предприятие (или любое иное учреждение) располагает лишь одним подлинным ресурсом — людьми» [4, с.35]. Авторы: Но, помнится, какой-то диктатор, не читавший Друкера, сказал еще раньше, в речи, произнесенной 4 мая 1935 г. перед выпускниками военных академий РККА: «Кадры, овладевшие техникой, решают все!».

Друкер: «Именно деятельность предпринимателей формирует потребителя» [4, с.39]. Авторы: Это высказывание выдает некомпетентность Друкера в области психологии. Неужели никто не спросил его: как выживали древние люди якобы без потребления, когда не было ни рынков, ни предпринимателей? Как можно не понимать, что жизнедеятельность любого животного обеспечивается потреблением хотя бы с целью банального физиологического выживания? Генетический код предопределяет набор инстинктов, которые заставляют родившегося дитя искать способы их удовлетворения. Задача предпринимателей - изобретать не потребности, а только *новые желания* в виде продукто-стимулов для удовлетворения набора фундаментальных потребностей, с которыми люди уже рождаются [16,17]. Бесплезно предлагать что-либо человеку, если это не будет удовлетворять какие-то его фундаментальные потребности - будь то физиологические, гедонистические, социальные, когнитивные или духовные.

Друкер: «Движение в защиту прав потребителей набирает такой размах, доказывает, что о широком применении маркетинговых подходов пока говорить не приходится» [4, с.40]. Авторы: Не верится, что это отражение простой некомпетентности нашего гуру. Скорее это стремление «ученого кукушонка выпихнуть из гнезда всех конкурентов», которые могут объяснить любой организационный успех чем-либо еще, кроме друкеровских теорий менеджмента. Как Друкер может объяснить тот факт, что батончики «Сникерс» заполонили весь мир? Ответ прост – огромные рекламные вложения в этот продукт, в котором нет ничего, кроме сои, сахара, дешевого сорта орехов, пальмового масла и *запах* шоколада от ароматизаторов. У «Сникерса» нет ни одной награды за качество при его-то феноменальной распространенности. И что-то мы не видим никаких результатов от деятельности защитников прав потребителей. В то же время, говоря о задачах в восьми ключевых областях, Друкер ставит маркетинг на первом месте [4, с.50], забыв своё утверждение о том, что «о широком применении маркетинговых подходов пока говорить не приходится». Какая, мягко говоря, непричесанность в логике изложения...

Друкер: «Определяя цель и миссию фирмы, прежде всего, нужно установить, кто будет ее потенциальным потребителем» [4, с.45]. Авторы: Однако определение целевых потребительских аудиторий как раз относится к стратегии маркетинга, (актуальность которого Друкер то ставит под сомнение, то признает), а не менеджмента.

Друкер: «Каждый клиент требует особого подхода» [4, с.45]. Авторы: Но это идеальный случай, который может осуществить только малое предприятие в сфере услуг, например, парикмахерская, стоматология, ателье и т.п. Обращает на себя внимание, что Друкер постоянно ставит в пример менеджмент «Sears» (Sears, Roebuck and Company, Sears Holdings) — американской компании, управляющей несколькими международными сетями розничной торговли. Но этот прекрасный менеджмент почему-то привел к тому, что сети сильно сузились, и им пришлось в 2005 г. (еще до кризиса 2008г.) слиться с торговой сетью Kmart [18].

Друкер: «Руководство фирм должно уметь прогнозировать изменения структуры рынка, которые являются следствием перемен в экономике, изменения моды и вкусов, а также действий со стороны конкурентов» [4, с.47]. Авторы: Здесь Друкер опять отступает от функций менеджмента вообще, и уходит в вопросы стратегического маркетинга, и, в частности, в маркетинговые исследования.

Друкер: «Затраты можно компенсировать лишь с помощью получаемой прибыли; ...для покрытия риска потенциальных убытков также требуется прибыль» [4, с.50]. Авторы: Не понятно, как объяснить такую экономическую не точность – то ли небрежностью в выражениях, то ли тем, что гуру не знает, что затраты компенсируются доходом предприятия в «точке безубыточности», когда прибыли еще нет [19,20,21]. Далее, перечисляя задачи в сфере маркетинга, Друкер не включает такие его важнейшие блоки, как разработка стратегии маркетинга, определение целевых аудиторий, маркетинговые исследования, ценовая политика, конкурентные стратегии, система маркетинговых коммуникаций [22,23,24,25].

Друкер: «Следует помнить о существовании так называемой "максимальной рыночной позиции", выше которой подниматься не рекомендуется — даже без оглядки на антимонопольное законодательство». [4, с.54]. Авторы: Далее следуют правильные доводы: доминирующее положение на рынке усыпляет бдительность лидера, убаюкивает его, монополисты терпят фиаско не столько на противодействии со стороны общества, сколько на собственном самодовольстве. Согласимся, что длительное доминирование на рынке порождает колоссальное внутреннее сопротивление инновациям, чрезвычайно затрудняя адаптацию к структурным изменениям [26,27,28,29]. Однако в конкурентной борьбе обязательно появится один лидер – что же ему делать – искусственно снижать свои показатели? Или дробиться на несколько фирм? Но тогда потеряются многие плюсы от концентрации всех ресурсов «монстра» и его брендинга. Например, лидирующая позиция «Кока Колы» уже более сотни лет (с 1886г.) не мешает её успешному функционированию. Английский банк HSBC Holdings, учрежденный в 1865г., занимает почетное второе место в мире.

Друкер: «В принципе, всем предприятиям доступны примерно одни и те же ресурсы» [4, с.57]. Авторы: Это еще одно вводящее в заблуждение заявление. Стоит ли объяснять, что ресурсы (земля, недвижимость, бюджеты и целые предприятия) отдаются «своим» людям по семейным, коррупционным или дружеским каналам, прикрываясь фальшивыми тендерами. И это происходит во всем мире. Например, в США пробиваться к огромным госбюджетным «пирогам» помогает лоббистская деятельность – фактически узаконенный подкуп конгрессменов и сенаторов.

Друкер: «Прибыль нужна для того, чтобы оплатить выполнение задач, которые фирма поставила перед собой» [4, с.59]. Авторы: Это надо срочно сообщить нашим олигархам. Они по своей экономической наивности покупают яхты, замки и прочие Lamborghini и Bugatti, вместо того, чтобы вкладываться в развитие высоких технологий и в инфраструктуру нашей страны. За звание «отца менеджмента» борются многие ученые, но мы считаем, что, пожалуй, это

Фредерик У. Тейлор. Этот практик и теоретик прошел путь от рабочего на заводе гидрооборудования в Филадельфии, до президента Американского общества инженеров-механиков. Напомним, что он упорно настаивал на том, что львиная доля роста доходов в результате внедрения «научных методов управления» должна доставаться рабочим, а не владельцам предприятий.

Таким образом, если бы до П. Друкера и других теоретиков менеджмента не было термина «менеджмент», то это не значит, что люди не знали как управлять другими людьми, и достигать больших целей. В противном случае теоретикам нечего было бы систематизировать. Современное эффективное управление невозможно без основательных знаний теории принятия управленческих решений, теории планирования, в том числе финансового. [30,31,32]. Секрет успеха предприятия не в том, чтобы, по мнению Друкера, устремить всех работников к общим целям, а в том, чтобы убедить персонал, что достижение общих целей приведет к удовлетворению потребностей каждого работника в материальном достатке, в творчестве, в соревновании [33]. Утверждать, что для коммерческого предприятия подлинный ресурс - это только люди, не соответствующее истине преувеличение. Задача предпринимателей - изобретать не потребности, как считает Друкер, а только новые желания в виде продуктив-стимулов для удовлетворения фундаментальных потребностей, с которыми люди уже рождаются.

Друкер запутывает читателей, то заявляя, что маркетинг не может противостоять движению консюмеризма, то выдвигая маркетинг на передний план. Рекомендуя особый подход для каждого клиента, Друкер не уточняет, что это возможно, скорее для персонифицированного маркетинга в сфере услуг. Перечисляя задачи в сфере маркетинга, Друкер не включает такие важнейшие блоки, как разработка стратегии маркетинга, определение целевых аудиторий, маркетинговые исследования, ценовая политика, конкурентные стратегии, система маркетинговых коммуникаций (Promotion). Крайне сомнительно мнение Друкера о том, что всем предприятиям доступны примерно одни и те же ресурсы.

Итак, мы еще раз показали уважаемому читателю, что нельзя каждое слово, пришедшее в Запада, считать истиной в последней инстанции.

#### **Список использованных источников**

1. Жеребцов В.И., Миронова Н.Н., Тимофеев М.И., и др. Критика теоретических положений М.Портера по структурному анализу глобальной конкуренции //Микроэкономика. 2016. № 6. С. 57-62.
2. Тимофеев М.И., Мысаченко В.И., Жеребцов В.И. Бессилие «Пяти сил М. Портера» / В сборнике: Ценности и интересы современного общества. Материалы IV Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. 2016. Т.1. С. 173-180.
3. Тимофеев М.И., Жеребцов В.И. и др. Критика взглядов М.Портера на ключевые положения конкурентной стратегии //Экономика и предпринимательство. 2017. № 4-2 (81-2). С. 444- 448.
4. Друкер П. Ф. Энциклопедия менеджмента. : Пер. с англ. -М. : Издательский дом. "Вильямс", 2004.

5. Мысаченко В.И., Колегов М.Н. Повышение конкурентоспособности предприятий машиностроительной отрасли на основе совершенствования управления затратами -М.: Национальный институт бизнеса, 2007.
6. Мысаченко В.И. Структурная перестройка промышленности и конкурентоспособность предприятий. Монография. -М.: Национальный институт бизнеса, 2007.
7. Комаров В.Ю., Игнатов Н.Г. К вопросу государственного регулирования структурного обновления отраслей обрабатывающей промышленности // Экономика и предпринимательство. 2016. № 8 (73). С. 32-35.
8. Игнатов Н.Г., Шулёпов А.С. Развитие инновационной деятельности фармацевтической промышленности / В сборнике: Ценности и интересы современного общества. Материалы IV международной научно-практической конференции. 2016. С. 91-98.
9. Мысаченко В.И., Николаев Д.В. Теоретические подходы к бизнес-планированию // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-3 (65-3). С. 80-82.
10. Игнатов Н.Г., Николаев Д.В. Бизнес - планирование как фактор инвестиционного развития энергетического машиностроения // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-2 (67-2). С. 932-934.
11. Мысаченко В.И. Технологические инновации и структурная перестройка отечественной промышленности // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 315. С. 176-180.
12. Мысаченко В.И. Формирование и развитие механизма структурных преобразований в промышленности России // диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Московский гуманитарный университет. - Москва, 2009.
13. Мысаченко В.И. Формирование качества управленческой деятельности в организациях // Консультант директора. 2001. № 17 (149). С. 29-36
14. Миронова Н.Н., Жеребцов В.И., Тимофеев М.И. Рекомендации по повышению конкурентоспособности российской розничной торговли ювелирными изделиями на базе исследования мнений потребителей. // Знание. Понимание. Умение» №2. 2014. С.54-57.
15. Мысаченко В.И. Образование молодежи и современные тенденции изменений требований к персоналу на рынке труда / Высшее образование для XXI века: Вторая международная научная конференция, Москва, 20–22 октября 2005 г.: Доклады и материалы / Отв. ред. И. М. Ильинский. -М: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2006. С. 230-236.
16. Тимофеев М.И. Психология менеджмента. -М., РИОР, 2016.
17. Пирогов Н.Л. Оценка эффективности деятельности персонала//В Проблемы управления национальной экономикой материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2006. С. 51-55.
18. Sears, Roebuck and Company. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Sears>).
19. Решетов К.Ю., Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г. Инновационная среда как основа обеспечения конкурентоспособности инновационного предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 9 (74). 290-297.

20. Дудин М.Н., Решетов К.Ю., Федорова И.Ю. Обеспечение конкурентоспособности и устойчивого развития банковского сектора в условиях реализации денежно-кредитной и макропруденциальной политики // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-4 (65-4). С. 199-204.
21. Мысаченко В.И. Совершенствование государственного регулирования инновационной деятельности фармацевтических предприятий // Знание. Понимание. Умение. 2013. №4. С. 56-60.
22. Dudin M.N., Mysachenko V.I., Mironova N.N., Divnenko O.V. etc. Green technology and renewable energy in the system of the steel industry in Europe//International Journal of Energy Economics and Policy. 2017. Т. 7. № 2. С. 310-315.
23. Мысаченко В.И., Игнатов Н.Г., Шулепов А.С. Стимулирование инновационного развития фармацевтической отрасли // В сборнике: Экономика, финансы и менеджмент: тенденции и перспективы развития. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 29-37.
24. Мысаченко В.И., Стаурин Г.Н. Стимулирование инновационной активности машиностроительных предприятий // Бизнес в законе. 2013. №2. 223-226.
25. Мысаченко В.И. Методы и инструменты государственного регулирования структурных преобразований промышленности //Вестник Томского государственного университета. 2009. № 323. С. 268-272.
26. Мысаченко В.И., Елисаветченко И.В. Структурные сдвиги в фармацевтической отрасли и ее реструктуризация // Представительная власть-XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2012. № 4. С. 20-23.
27. Комаров В.Ю., Игнатов Н.Г. Институциональные преобразования и структурная трансформация обрабатывающей промышленности //Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-1 (65-1). С. 150-152.
28. Гарковец К.А., Игнатов Н.Г. Формирование механизма инновационного развития предприятий фармацевтической промышленности [Текст] / К.А. Гарковец, Н.Г. Игнатов // Экономика и предпринимательство. 2016. № 3-1 (68-1). С. 744-747.
29. Игнатов Н.Г, Лобовкин А.А. Совершенствование инновационного развития фармацевтической промышленности //В сборнике: Приоритетные научные исследования и разработки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 73-77.
30. Илюк В.В., Игнатов Н.Г. и др. Об особенностях инвестирования в развитие отечественной микроэлектронной промышленности. Международная конференция «Инновационные подходы к решению технико-экономических проблем: сборник трудов. // М.: МИЭТ, 2017. С.318 - 328.
31. Мысаченко В.И. Формирование фармацевтических кластеров как фактор реструктуризации отечественной фармацевтической промышленности // Представительная власть - XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2014. № 2-3. С. 22-25.

32. Лещинская А.Ф. Лещинская М.В. Система финансирования инновационных наукоемких технологий // Экономика в промышленности 2013. № 4. С. 34-38.

33. Мысаченко В.И К вопросу о социально - ориентируемой реструктуризации предприятий фармацевтической отрасли // Вестник академии. 2015. №4. С. 80-84.

*Тимофеев М.И.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Гусев А.К.<sup>2</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности управления персоналом в малом бизнесе. Показано, что эти особенности имеют ряд принципиальных отличий от управления крупными предприятиями. Рассмотрена роль служебных инструкций на малом предприятии, особенности планирования и отчетности. Дан анализ причин и последствий приема на работу своих родственников и знакомых.

**Ключевые слова:** Особенности управления персоналом в малом бизнесе, роль служебных инструкций, роль планирования в управлении персоналом, роль ведения отчетности, стимулирование персонала, проблемы с родственниками и знакомыми.

От руководителей малого предприятия требуется высокий профессионализм в области управления персоналом в силу того, что эта организационная сфера имеет свои особенности [1]. Ниже рассмотрим специфику управления персоналом малого предприятия [2].

1. Отсутствие четкого функционального разделения между административным и производственным персоналом.

2. В виду ограниченности ресурсов от работников требуется способность к взаимозаменяемости и профессиональная универсальность, что обеспечивает оперативность и быструю адаптацию к ситуации на рынке.

3. Упрощенная организационная структура – максимум двухуровневая. Как следствие – главным стимулом для сотрудников становится не карьера, а приобретение опыта, рост профессионализма, увеличение заработной платы.

4. Достаточно высокая информированность коллектива работников о ситуации в коллективе. Такая прозрачность нередко оборачивается конфликтами или даже шантажом руководителя со стороны членов коллектива.

С другой стороны, при такой прозрачности вся деятельность работников (за исключением работающих удаленно, или на дому) проходит на глазах руководителя. Поэтому легче пресекать конфликты еще в зародыше.

---

<sup>1</sup> Тимофеев Михаил Иванович- кандидат технических наук, доцент, профессор. АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>2</sup> Гусев Андрей Константинович- кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и предпринимательства . АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

5. Низкая степень бюрократизации имеет свои плюсы и минусы, о которых скажем ниже.

6. Обучение и адаптация новичков осуществляется «на ходу» по мере выполнения постепенно усложняющихся поручений. На специальное, методичное обучение пришлось бы тратить время какого-то опытного специалиста или нести расходы на обучение, чего малый предприниматель не может себе позволить.

7. Малое предприятие предъявляет повышенные требования к личным качествам работника. В малом коллективе отводится меньше времени на адаптацию, способность к обучению определяется быстро. И от неподходящего новичка освобождаются быстрее.

8. Предприятие старается получить работника, обладающего специфическим капиталом в виде личных знакомств, должностных контактов и неформальных связей, которые в дальнейшем принесут предприятию дополнительные заказы и предложения.

9. Социальная незащищенность. Работникам чаще приходится соглашаться на устные обещания; соответственно, теряется трудовой стаж (без оформления трудовой книжки), редко гарантируется охрана труда, зачастую не оплачиваются переработки, больничные и ежегодные отпуска [3].

10. Существенное различие стартовых условий предприятий. Бывшие государственные предприятия уже имели помещения, оборудование, сложившуюся систему хозяйственных связей. Это дает им возможность развивать и совершенствовать социально-бытовую сферу и вкладывать средства в обучение и развитие персонала. Однако ориентация на традиционную организацию труда не позволяет им обеспечивать достаточную для функционирования в рыночной среде гибкость.

Теперь полезно более подробно обсудить последствия полного отказа от бюрократизации, которым гордятся некоторые малые предприниматели.

Как правило, в отсутствие отдела кадров, функции кадровика выполняет или сам предприниматель, либо его бухгалтер, - зачастую жена. При этом удовлетворяются копиями паспорта новичка, его документами об образовании, иногда – о состоянии здоровья, и пр., и устной беседы с ним. Но через год-два, когда растет количество новых сотрудников, не факт, что руководитель сможет все подробности о них держать в голове. Поэтому настоятельно рекомендуется все же завести «Личное дело» на каждого работника, начиная с его заявления о приеме, заполненного «Личного листка» и «Автобиографии», написанных от руки. Это даст возможность заодно проверить его грамотность, и получить образец почерка и росписи. Не секрет, что трудно управлять людьми, не имея представления об их личной жизни.

По нашему мнению, для управления персоналом полезно требовать написания *личных планов*, которые кто-то может посчитать признаком бюрократизации. Но планирование приносит большую пользу не только при разработке топ-менеджментом перспектив для предприятия. Многие, особенно молодые сотрудники, поначалу считают написание личных планов излишним бумаготворчеством. Но со временем и они начинают понимать, что планы их

персональной работы на неделю, месяц, квартал полезны, прежде всего, им самим. Обдумывая план по выполнению поставленной руководителями задачи, сотрудник невольно вынужден разбивать поставленное задание на более мелкие задачи. При более внимательном обдумывании этих мелких «step by step», зачастую оказывается, что они могут быть гораздо более трудоемкими, чем казались с первого взгляда, и поэтому требуют более креативных подходов.

В плане, как правило, присутствуют сроки выполнения. Чтобы уложиться в эти сроки, исполнителю приходится продумать, сколько времени у него может занять то или иное, даже самое простое действие. Таким образом, исполнитель вынужден искать более легкие, экономные (а чаще всего ресурсы строго ограничиваются) и более скорые пути достижения требуемых результатов. В конечном итоге, оптимально выполненные задания каждым работником приносят выгоду и всему предприятию.

Линейные руководители должны это разъяснять молодым специалистам. При этом надо указывать на то, что планы помогают самому работнику организовывать свою трудовую деятельность. Например, ту работу, которую он не успел выполнить в установленные сроки, необходимо перенести в последующий план, чтобы этот пункт не оказался «замотанным», а отвечать за него все равно придется рано или поздно.

Выполненные и перевыполненные планы являются документами, которые можно предъявить руководству, когда работник пойдет просить прибавку к зарплате или повышения в должности.

Сохраненные старые планы очень облегчают написание ежемесячных, квартальных и годовых *отчетов*, которые также являются весомым свидетельством в пользу добросовестного работника, например, для рассмотрения возможности повысить ему зарплату. В другом случае – легче подсчитать его КТУ (коэффициент трудового участия) при назначении вознаграждения по результатам того или иного проекта. В отчеты надо обязательно включать и сверхплановую работу. Практика показывает, что людям свойственно забывать не только свои прегрешения, но свои заслуги. А с пустыми руками доказывать свои трудовые подвиги не слишком эффективно.

Руководителю отчеты подчиненных помогают принимать справедливые меры поощрений и взысканий.

Теперь коснемся вопроса о *служебных инструкциях*. Работники малого предприятия зачастую выполняют любую работу, которая поручается руководителем устно. И поэтому может создаться впечатление, что в таких организациях доминирует исключительно «ручное управление» по принципу «кто под рукой, тот и выполняет текущие задания». Но тогда не с кого спрашивать за результаты того или иного бизнес-направления. Поэтому многие руководители не только малого, но и среднего бизнеса считают, что подробное прописывание должностных обязанностей только снижают оперативность управления. В принципе, в Трудовом кодексе нет указаний о том, чтобы служебные инструкции были в обязательном порядке. Однако инструкции

дают возможность разграничить обязанности и ответственности хотя бы в общих чертах. Например, нельзя налагать взыскания за грязь в помещении на любого работника, если в штате есть уборщица. Или взыскивать со снабженца за неэффективный веб-сайт.

Инструкции помогают более четко организовать работу каждого сотрудника. А также избегать конфликтов при назначении поощрений и взысканий. Кроме того, они позволяют руководителю быть более справедливым. Справедливость кроме всего прочего определяется тем, что с каждого спрашивают только за ту работу, которую он обязан выполнять по инструкции и планам.

Отсутствие должностной инструкции в отдельных случаях препятствует работодателю осуществить обоснованный отказ в приеме на работу, объективно оценить деятельность работника в период испытательного срока, распределить трудовые функции между работниками и пр. [4].

Добавим, еще вот что. Практика показывает, что малые предприятия, где руководитель ежедневно проводит *инструктаж* хотя бы в течение 10 минут, добиваются больших успехов. Особенно это эффективно для коммерческих предприятий, где значительную роль играют телефонные и личные продажи.

Негативным последствием полной де бюрократизации может стать манера проведения *оперативок и совещаний* без ведения протокола. Например, когда надо будет «прижать» того или иного работника за нерадение, у руководителя не окажется документа о том, какие были задания участникам прошлой оперативки/совещания и какие были замечания по результатам выполнения/невыполнения.

Теперь более подробно хочется остановиться на таком обычае малого бизнеса, как *принимать на работу «своих»*. Нам видится несколько причин, в том числе и те, которые не рассматривались в опубликованных источниках.

Причина первая. Поскольку начальник на виду, то он часто принимает «своих», которые уже знают о его недостатках, например, склонности к вредным привычкам. А нередко и участвуют в возлияниях вместе с ним.

Причина вторая. Предприниматель впервые открывает свое дело, и у него еще нет опыта руководства людьми. В этом случае он надеется, что, для единомышленников из числа знакомых наиболее сильным стимулом станут неформальные отношения и общие выгоды. И это якобы освободит предпринимателя от необходимости принуждать и приказывать, портя с людьми отношения и настроение самому себе.

Причина третья. Понимание, что в условиях высокой информированности тесного коллектива невозможно какое-то долгое время сохранять в тайне нарушения закона и некоторые нечестные приемы ведения бизнеса. И дружеские отношения со «своими» служат какой-то гарантией от предательства.

Причина четвертая. В случае нарушения законов Трудового кодекса «свои» не станут отстаивать свои интересы в суде.

Диалектика требует рассмотреть и обратную сторону «медали». Вот несколько негативных последствий работы со «своими».

1. Возможная необъективность оценки потенциала близких людей.

2. Перспектива развития семейственности и образования враждующих «кланов».

3. Конфликты между лидерами-«своими». Не редко учредитель приглашает в «команду» знакомых с лидерскими пассионарными качествами. Когда таких «лидеров от природы» становится слишком много, в коллективе возникают конфликты на почве борьбы за статус, за большие ресурсы и пр. Время от времени, один из лидеров, набравшись соответствующего опыта, знания рынка, и приобретя личные связи с партнерами и клиентами, отпочковывается, открывая свой бизнес. Таким образом, он становится конкурентом, многое чего знающим о материнской фирме. Очень часто триггером такого ухода является серьезный конфликт с главным учредителем. А ушедшая «звезда» уводит с собой не только часть клиентуры, но и ценных работников. А обескровленная материнская фирма может вообще закончить свое существование.

4. Обиды от «недооцененности». Как показывает опыт, стандартные требования, предъявляемые руководством работникам фирмы, кажутся завышенными знакомым или родственникам, а зарплаты — заниженными. Родственники и знакомые, часто даже не отдавая себе в этом отчета, ожидают от руководства более снисходительного и терпимого отношения как к себе. Если они не получают этого, то очень обижаются, а если получают — это видит весь малый коллектив, и это демотивирует его. Но может возникнуть и другая ситуация: знакомый (родственник) работает на общих основаниях, не получает никаких привилегий и льгот, но «неродственникам» все равно кажется, что привилегии просто скрывают от глаз персонала. Это тоже будущий конфликт, основанный уже на взаимных обидах «неродственников» и руководителя.

5. Панибратство и фамильярность со стороны «своих». Со временем, когда фирма вырастает, появляются «не свои», от которых топ-менеджмент уже требует субординации. А новый начальник группы, предположим, видит, что водитель-курьер «тыкает» директору-учредителю, как потом узнает новичок, по причине того, что они являются братьями. Такие явления не могут не вызывать у «не своих» понятный когнитивный диссонанс и портить дисциплину в коллективе. Отсюда следует правило: чтобы избежать конфликта, лучше не принимать знакомых и родственников на работу». За исключением, быть может, семейного бизнеса, но это требует отдельного разговора.

### **Выводы**

1. Управление персоналом малых предприятий характеризуется следующими особенностями: а) комплексный характер деятельности, гибкая организация труда и «прозрачность» для всего коллектива; б) упрощенная организационная структура; в) социальная незащищенность.

2. Составление планов и отчетов и в малом бизнесе помогают не только руководителям, но и самим исполнителям более эффективно организовывать свою работу.
3. Служебные инструкции также помогают более четко выстраивать управление персоналом, избегать конфликтов при назначении поощрений и взысканий.
4. «Личное дело» на каждого работника позволяет составить представление о каждом члене коллектива и расширяет методы воздействия на него.
5. Даже на малом предприятии лучше не принимать знакомых и родственников на работу. За исключением, быть может, семейного бизнеса.

#### **Список использованных источников**

1. Решетов К.Ю. Конкурентоспособность малых и средних инновационных предпринимательских структур в России и зарубежный опыт стимулирования инновационного предпринимательства // Бизнес в законе: Экономико-юридический журнал. – 2012. – № 6. – С. 206–209.
2. Особенности управления персоналом малого предприятия. <https://lib.sale/management-otrasli-kniga/osobennosti-upravleniya-personalom-malogo.html>
3. Гусев А.К. Социальная защита работников малых предприятий: проблемы и пути решения / В сборнике «Социальная направленность менеджмента: инновации, проблемы, приоритеты» // Материалы Международной научно-практической конференции 5.12.2013г.- М.: изд. ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю.Витте».-2014.-С.24-28.
4. Должны ли быть в организации должностные инструкции? <http://cap2.ru/publ/5-1-0-140>
5. Поиск персонала. [http://www.work.infopiter.ru/articles/poisk\\_personala.html](http://www.work.infopiter.ru/articles/poisk_personala.html)

*Ткач Н.Д.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

### **КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Аннотация.** В статье представлено современное состояние и проблемы рынка кредитования малого и среднего бизнеса, предложены рекомендации по совершенствованию кредитования малого и среднего бизнеса в коммерческих банках РФ.

**Ключевые слова.** Малый и средний бизнес МСБ, правовое обеспечение, портфель кредитов МСБ, процентная ставка по кредитам, просроченная

---

<sup>1</sup> Ткач Нина Дмитриевна – кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления на предприятии. АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

задолженность кредитов МСБ, управление развитием МСБ, структура и продажа кредитов МСБ.

Развитие сектора малого и среднего бизнеса является обязательным условием успешного функционирования национальной экономики. Владельцы малых предприятий составляют основу среднего класса общества, который служит гарантом стабильного развития государства. Малый бизнес проник во все сферы производства, обслуживания, сервиса, науки и стал неотъемлемой частью экономики России. Малые предприятия выполняют ряд важнейших социально-экономических функций, таких, как обеспечение занятости, формирование конкурентной среды, увеличение налоговой базы, поддержание социальной стабильности, а также могут произвести ряд товаров, заменяющих импортируемые.

Малое предпринимательство – не только существенная составляющая и массовая субъектная база цивилизованного рыночного хозяйства, но и максимально гибкая, эффективная и прозрачная в силу своих размеров форма хозяйствования.

В соответствии с Федеральным законом от 27.11.2017г №356-ФЗ «О внесении изменений в статьи 25.1 и 25.2 федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации от 24.07.2007г. №209-ФЗ» среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения среднесписочной численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

- от ста одного до двухсот пятидесяти человек для средних предприятий;
- до ста человек для малых предприятий;
- среди малых предприятий выделяются микропредприятия – до пятидесяти человек [1].

Сохраняется неравномерность малых предприятий в отраслях (см. рисунок 1) [3]. В основном они занимаются оптово-розничной торговлей - 38,8% , операциями с недвижимостью - 20,4%, в строительстве - 11,9%.

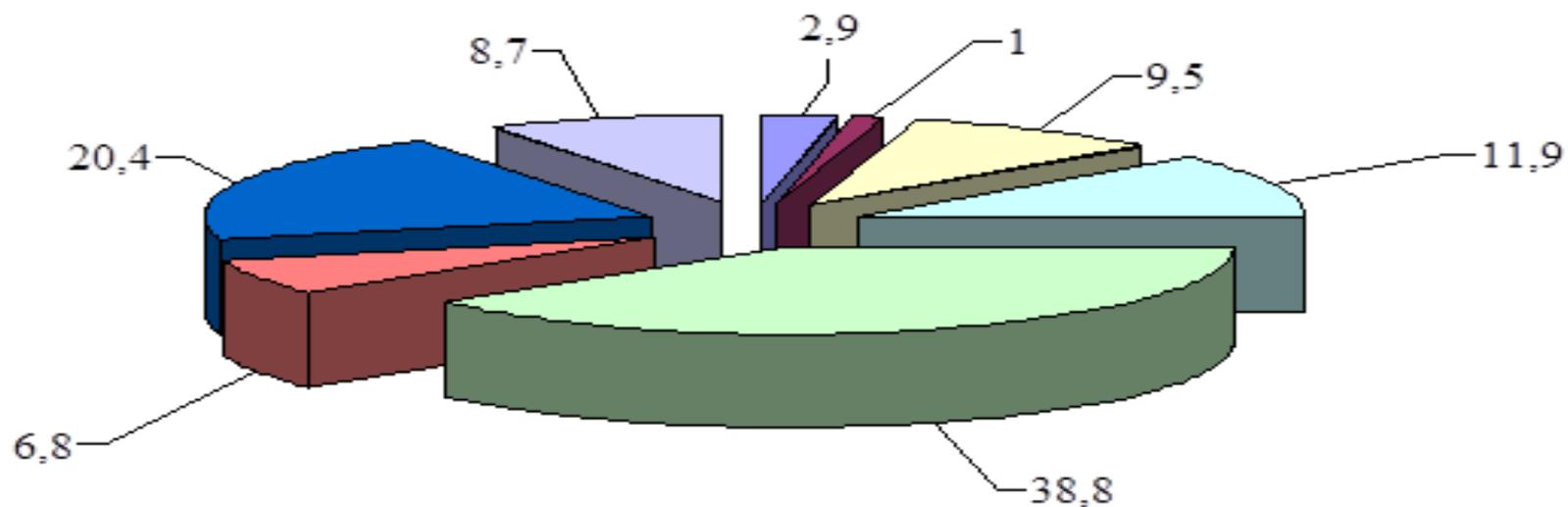


Рисунок 1. Оборот малых предприятий по видам экономической деятельности на январь 2016 г., в % к итогу

Развитие малого и среднего бизнеса в России обуславливается высокими темпами его развития и требует их финансовой поддержки путем кредитования. Также сохраняется неравномерность объемов кредитов МСБ выданных коммерческими банками в первом полугодии 2017 года по сравнению с 2016 годом (см. таблицу 1) [2].

Таблица 1

Рэнкинг банков по объему кредитов МСБ, выданных за 1 полугодие 2017 года

Место по объему выданных за 1П17 кредитов МСБ	Место по объему выданных за 1П16 кредитов МСБ	Наименование банка	Объем кредитов, выданных МСБ, млн руб.		Темпы прироста объема кредитов, выданных МСБ (1П17/1П16), %
			за 1П17	за 1П16	
1	1	<u>ПАО Сбербанк</u>	338 981	184 366	83.9
2	2	<u>ВТБ 24 (ПАО)</u>	241 680	180 504	33.9
3	6	<u>АО "Райффайзенбанк"</u>	53 007	44 084	20.2
4	-	<u>ПАО "БАНК УРАЛСИБ"</u>	48 821	50 645	-3.6
5	4	<u>Банк "Возрождение" (ПАО)</u>	46 010	65 343	-29.6
6	7	<u>ПАО "Банк "Санкт-Петербург"</u>	40 628	42 660	-4.8
7	9	<u>ПАО "АК БАРС" БАНК</u>	32 288	25 582	26.2
8	5	<u>КБ "ЛОКО-Банк" (АО)</u>	30 143	62 402	-51.7
9	-	<u>ПАО "Промсвязьбанк"</u>	29 298	12 591	132.7
10	19	<u>ПАО "БИНБАНК"</u>	22 374	8 272	170.5

Наибольший объем кредитов, предоставлены МСБ ПАО Сбербанк 333 981 млн. руб. и ВТБ 24 (ПАО) 184 366 млн. руб., соответственно темп прироста в первом полугодии 2017 года по сравнению по первым полугодии 2016 года составил 83,9% и 33,9%. По темпу прироста лидируют ПАО «БИНБАНК» 170,5% и ПАО «Промсвязьбанк» 132,7%, хотя объемы кредитов у банков небольшие.

Банки озабочены тем, как повысить доходность от работы с малым и средним бизнесом и сократить дефолтность выдаваемых кредитов, так как доля просроченной задолженности по кредитам МСБ составляет 13,2%.

Банки озабочены тем, как повысить доходность от работы с малым и средним бизнесом и сократить дефолтность выдаваемых кредитов, так как доля просроченной задолженности по кредитам МСБ по состоянию на 01.07.2017 года составила 13,2%.

Мелкие и средние банки вынуждены сокращать свое присутствие в этом сегменте по ряду причин, в том числе из-за роста показателей дефолтности до уровня, который превышает финансовые возможности собственников по поддержанию плохих активов.

Государство формирует и поддерживает специальные льготные программы кредитования для предприятий МСБ. Они, как правило, реализуются через сеть банков в которых из бюджета субсидируется часть процентной ставки, и как правило к ним относятся крупные банка, в частности ПАО Сбербанк (см. таблицу 2) [2]. Темпы прироста кредитного портфеля МСБ у ПАО Сбербанк самый высокий 24,4%, и остаток ссудной задолженности у банка составляет 1 192 251 млн. руб.

Существует и ряд других проблем, которые неблагоприятно влияют на развитие малого предпринимательства, такие, например, как: несовершенство нормативно-правовой базы; трудности при решении финансово-кредитных вопросов; проблемы, связанные с получением деловой информации и т.д.

Таблица 2

Рэнкинг банков по размеру портфеля кредитов, выданных субъектам МСБ, на 01.07.2017

Место по объему кредитного портфеля МСБ на 01.07.17	Место по объему кредитного портфеля МСБ на 01.07.16	Наименование банка	Остаток ссудной задолженности по кредитам, выданным МСБ, млн. руб.		Темпы прироста кредитного портфеля МСБ (01.07.16-01.07.17), %
			на 01.07.17	на 01.07.16	
1	1	<u>ПАО Сбербанк</u>	1 192 251	958 542	24.4
2	3	<u>ВТБ 24 (ПАО)</u>	176 352	182 762	-3.5
3	5	<u>ПАО "Банк "Санкт-Петербург"</u>	66 820	70 469	-5.2
4	6	<u>ПАО "АК БАРС" БАНК</u>	61 585	63 593	-3.2
5	10	<u>ПАО "Промсвязь-банк"</u>	56 757	40 789	39.1
6	7	<u>Банк "Возрождение" (ПАО)</u>	54 763	61 064	-10.3
7	14	<u>АО "Райффайзен-банк"</u>	39 636	34 771	14.0
8	12	<u>ПАО "БИНБАНК"</u>	37 261	38 203	-2.5
9	11	<u>АКБ "Инвестторг-банк" (ПАО)</u>	36 763	39 104	-6.0
10	-	<u>ПАО "БАНК УРАЛ-СИБ"</u>	35 079	37 845	-7.3

Еще одной из не менее важной проблемы является низкая квалификация самих предпринимателей и наемных работников. Некомпетентность управля-

ющих или недостаточная способность персонала принимать решения стала главной причиной разорения малых фирм. Во многих странах с рыночной экономикой разрабатываются специальные программы управленческой поддержки малого бизнеса, создаются центры развития или «инкубаторы» мелкого бизнеса. Одной из основных проблем МСП является высокая доля неформальной занятости.

В последние годы широко исследуются вопросы о наиболее эффективных и формах и методах государственной поддержки, не подрывающих основ предпринимательства и интересов частного собственника, и одновременно способных оказывать реальную помощь в становлении и развитии МСБ в России.

Российские предприятия малого и среднего бизнеса достаточно редко обращаются в банки за получением кредита, предпочитая находить иные возможности для финансирования старта и развития бизнеса – прежде всего из собственных средств, финансовых ресурсов самой компании или средств частных лиц.

На уровне средних и мелких банков большое влияние на объемы выдач кредитов МСБ может оказать как внедрение новых технологий риск-менеджмента, так и повышение общего уровня развития услуг: развитие онлайн-банкинга, смарт-кредитования и др.

При предоставлении кредитов МСББ предлагается:

- возможность получения кредита без имущественного обеспечения;
- длительный срок кредитования – до 3-х лет;
- возможность установления индивидуального графика погашения кредита исходя из технологических особенностей хозяйственной деятельности клиента, включая сезонность производства, а также с учетом особенностей формирования его денежных потоков;
- предоставление льготного периода по погашению основного долга при кредитовании на текущие цели – до 3-х месяцев, при кредитовании на инвестиционные цели – до 12-ти месяцев;
- в зависимости от цели и срока кредитования возможно субсидирование части затрат на уплату процентов по кредиту.

А также в организационную структуру банка предлагается ввести подразделение по управлению развитием МСБ (рисунок 2).

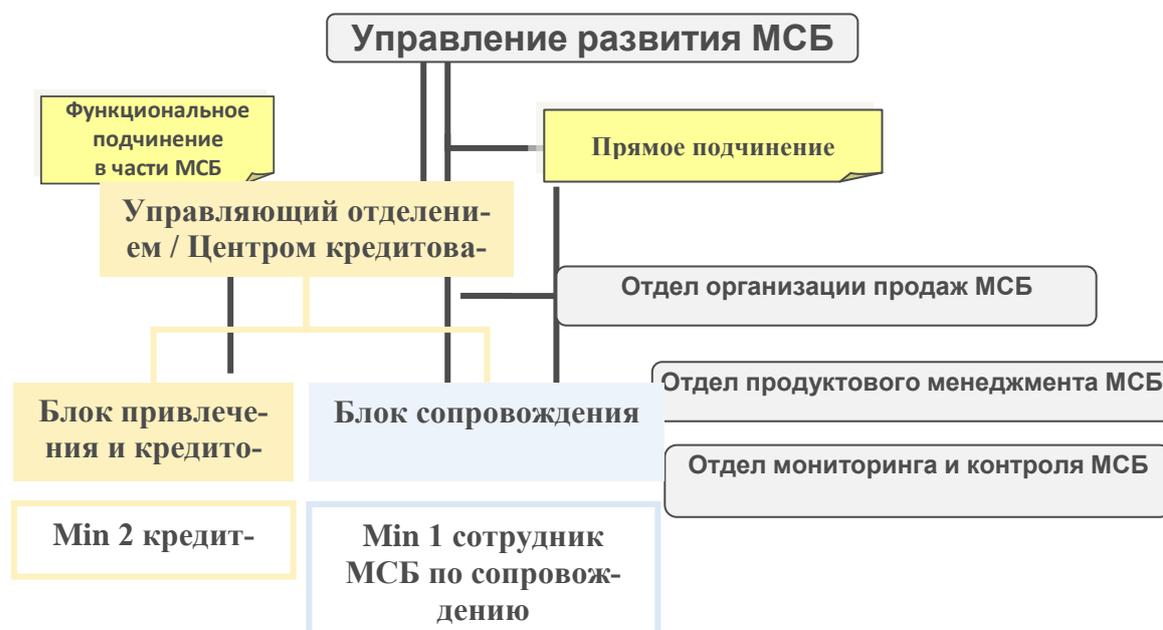


Рисунок 2. Структура продаж и сопровождения кредитов малого и среднего бизнеса в коммерческом банке

Таким образом, комплексный подход по разработке и внедрению государственных программ гарантирования и субсидирования, а также совершенствованию подходов к кредитованию МСБ коммерческими банками, является важным направлением развития кредитования малого и среднего бизнеса в России, позволяющим решить основные проблемы кредитования коммерческими банками представителей малого и среднего бизнеса.

#### Список использованных источников

1. Федеральный закон от 26.07.2017г. № 207-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» СЗ РФ. 2007г. №31 ст. 4006, № 43. ст. 5084
2. Динамика развития малого предпринимательства в России // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XLVI студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2017 — № 6(46) URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/6\(46\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/6(46).pdf)
3. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА». URL: <http://www.raexpert.ru>

## КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИМИДЖА МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** Статья посвящена результатам анализа коммуникативной политике малого предприятия с помощью инструментария, используемого в теории и практике интегрированных коммуникаций.

**Ключевые слова:** Рекламный менеджмент, коммуникативная политика, малое предприятие, торговое предприятие, имидж.

В настоящее время проблема развития имиджа малых предприятий является очень актуальной для многих фирм, включенных в конкурентную борьбу за потребителей. В условиях жесткой конкуренции основной задачей малых предприятий является удержание и сохранение своих позиций на рынке. Важно осуществить ряд мероприятий по привлечению потребителей, по снижению затрат в целях осуществления ценовой конкуренции. Многие специалисты убеждены, что основным фактором успеха для большинства предприятий является лояльность и приверженность потребителей.

Для ООО вопрос развития имиджа является важным. Коммуникативная политика – как инструмент развития имиджа - включает как стратегические, так и тактические решения, являясь результатом комплексной работы специалистов в области менеджмента, маркетинга, рекламы и связей с общественностью. К стратегическим решениям в области коммуникационной политики можно отнести следующее:

- определение для данного вида бизнеса (тип продуктов и особенности потребителей) рационального сочетания отдельных элементов комплекса маркетинга в налаживании эффективных маркетинговых коммуникаций;
- определение при выборе коммуникационных стратегий эффективных пропорций использования отдельных инструментов комплекса продвижения продуктов;
- определение на стратегическом интервале времени эффективности маркетинговых коммуникаций.

К числу тактических коммуникационных решений, принимаемых достаточно часто или регулярно в зависимости от изменения внешних и (или)внутренних условий, можно отнести следующее:

- выбор в рамках текущих условий внешней среды и возможностей организации конкретных методов продвижения продуктов;
- планирование осуществления и проведение коммуникационных кампаний;
- разработка бюджета коммуникационной деятельности;

---

<sup>1</sup> Филипп Вероника Викторовна – сотрудник ООО «Оценочная компания «Альфа» (Москва).

- мониторинг эффективности текущих затрат на коммуникационную деятельность;
- организационно-кадровые вопросы коммуникационной деятельности [7].

Очевидно, что данные стратегические и тактические коммуникационные решения могут быть конкретизированы для отдельных методов комплекса продвижения. Работа с общественностью осуществляется по разным направлениям, использующим своеобразные формы, средства и технологии. Они составляют своеобразный маркетинговый коммуникационный комплекс, включающий в себя основные компоненты:

- PR (внеценовая конкуренция);
- престижная (внекоммерческая) реклама;
- торговая (коммерческая) реклама.

Данные инструменты работы с общественностью взаимосвязаны между собой. В частности, престижная реклама является составной частью деятельности PR; в рамках рекламы сейлз промоушн (стимулирование сбыта и продвижение товара) широко использует, средства и методы PR -конкурсы, премии и другие престижные мероприятия, направленные на завоевание благожелательности общественности. С помощью выделенных компонентов организация реализует коммуникационную политику по достижению благорасположения, предпочтения общественности по отношению к себе (товару) и своей деятельности (виду услуг). Данный коммуникативно информационный срез составляет суть коммуникационного менеджмента, который наименее исследован в отечественной литературе [9].

Конкретные коммуникации включают в себя: деловое и неофициальное общение [3], формальные и неформальные отношения, установление и поддержание контактов, сотрудничества, убеждение (внушение), просвещение. Основными факторами, которые учитываются в подобного рода коммуникациях, являются:

- психологические – мотивации и поведение;
- социальные – вхождение в референтную группу;
- культурно-этические – оценка набора ценностей, предпочтений, поступков;
- человеческие – идентификация интересов, общественное участие, выгода.

Поэтому коммуникационно-информационным процессом надо управлять (коммуникационный менеджмент): целенаправленно регулировать воздействие его элементов на сегментированную общественность.

В каждом направлении маркетингового коммуникационного комплекса имеется своя специфика их использования в интересах организации.

Так, PR выступает как элемент (посредник) в эффективном управлении, обеспечивающий консенсусную коммуникацию между общественностью и социальной организацией, которую последняя строит, исходя из целей своей деятельности. Многообразные коммуникации связывают между собой производство, трудовой, товарный и финансовый рынки, общественные объединения,

государство, которые на основе нужной информации осуществляют обменные процессы. Властно-управленческие структуры в условиях демократии и гражданского общества проявляют постоянный интерес к таким вопросам, как права человека, охрана прав потребителя, охрана окружающей среды. С помощью деятельности по связям с общественностью организации пытаются оказать влияние на общественное мнение, законодательство и, конечно, заслужить хорошую репутацию в обществе усиливающейся взаимозависимости и внеценной (авторитет, имидж) конкуренции. Тем самым PR помогает сделать маркетинговую практику более эффективной, привлекая адресную (специализированную) аудиторию к сотрудничеству.

Престиж – это уважение статуса, сложившееся в общественном деловом мнении. Репутация – это высший уровень развития имиджа, общественная оценка качеств и достоинств [4,5]. Имидж – это целенаправленно сформированный образ (изображение), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо своим устойчивым представлением об объекте в целях его популяризации, рекламы [6].

Принадлежность имиджевой рекламы PR позволяет использовать ее как косвенную рекламу, особенно в тех случаях, когда есть ограничения на прямую рекламу. При этом в пользу товара не делается никаких утверждений кроме косвенно внушаемых: а) акцентирование образа жизни – делается упор на то, как определенный товар вписывается в образ жизни; б) создание настроения (образа) вокруг товара, например, побуждаемое им настроение безмятежности, красоты, любви). Подобные задачи решаются с применением спонсорских, благотворительных акций, конкурсов, лотерей, викторин, фирменных проспектов, бланков.

Фирмы продают не только свой товар или услуги, но и свой имидж (товарный знак, девиз - слоган) – франчайзинг. Это выдвигает необходимость планирования, разработки и внедрения фирменного стиля, формирования нужного имиджа с использованием различных технологий. Для этого необходимо периодически проводить зондаж общественного мнения, он мониторинг динамики имиджа, его позитивного влияния на общественность, враждебных действий конкурентов. В целом имиджевая реклама является наиболее сложным направлением рекламы, и дорогостоящим мероприятием. Товарный знак, в частности, обладает высокой рекламоспособностью, позволяет выделить, ион донести до адресной аудитории престижность, уникальность или иное потребительское свойство товара. Решению данной проблематики способствуют также создание художественных интерьеров помещений, музеев образцов продукции, оригинальные выставки и другие вербальные и визуальные мероприятия престижной рекламы [1].

Рекламная (побудительная) коммуникация предстает в следующем виде: рекламодатель – рекламное агентство – рекламное сообщение – средства размещения рекламы - потребитель рекламы эффективность. Она является символической коммуникацией, и осуществляется посредством ситуативных знаков, включающих товарные и имиджевые символы, образы стиля жизни, а также инкорпорированные в содержание рекламного сообщения «трюки и хитрости»

в качестве «приманки». К сложностям торговой рекламы следует отнести тот аспект, что, являясь своего рода «торговой пропагандой», она использует психопрограммирование с помощью стереотипных сообщений как «насильственное» трансформирование поведения потребителя и создает стереотипные реакции на определенные ситуации. Имеющее при этом место манипулирование сознанием человека, подчас тенденциозно подобранными фактами, ведет к тому, что в рекламе зачастую цель оправдывает средства. В этом качестве она смыкается с пропагандой («дугая реклама»).

В современных условиях социально-экономического развития России особенно актуальным становится вопрос о конкурентоспособности организации [2]. В этом плане значение имиджа становится все более весомым.

Исходя из выше изложенного, каждая организация стремится создать собственный позитивный имидж, который должен отвечать следующим требованиям:

- адекватность – соответствие имиджа реальности, его правдоподобность;
- оригинальность – имидж должен быть легко узнаваемым;
- пластичность – оставаясь неизменным в восприятии потребителя и будучи легко узнаваемым, имидж должен оперативно модифицироваться, откликаясь на меняющиеся экономические, психологические, социальные условия и требования времени;
- адресность – имидж должен иметь точный адрес, т.е. привлекать определенные сегменты рынка, потребительские рынки, потребительские группы;
- социальность – имидж – это социальное явление, так как он существует не на уровне одного человека, а целой группы потребителей и при этом должен привлекать внимание этой группы;
- динамичность – свойство имиджа изменять свои атрибуты в соответствии с трансформацией группового сознания;
- активность воздействия на эмоции, деятельность людей, в частности, на примере принятия решений о покупке в определенной фирме.

Результатирующими характеристиками устойчиво сложившейся положительной репутации являются: надежность, доверие, поддержка, положительные рекомендации.

Рассмотрев подходы к созданию имиджа, следует отметить связь имиджа организации с маркетинговыми коммуникациями и PR. Маркетинговые коммуникации являются способом реализации, и одновременно объектом деятельности по формированию имиджа. Большинство PR – акций направлено на то, чтобы убедить людей изменить общественное мнение по какой-либо услуге, продукту, организации; либо сформулировать общественное мнение, когда его нет; либо усилить общественное мнение.

Необходимо отметить, что в настоящее время среди подходов к определению сущности имиджа организаций недооценивается маркетинговый подход. Опираясь на это утверждение, имидж организации представляет собой целостное эмоционально оценочное впечатление по отношению к организации со стороны потребителей, деловых партнеров, сотрудников и общественности, фор-

мируемое на основе осуществления целенаправленной маркетинговой политики для обеспечения лояльности перечисленных групп восприятия и их представления об отличных преимуществах организации и на этой основе достижения ее стабильного положения на рынке.

Имидж – это одна из ступеней по формированию репутации и одновременно ее позиционирование в рыночной среде. Рассматривая существующие подходы к созданию имиджа, можно сделать вывод о том, что разработанные в настоящее время модели недостаточно учитывают маркетинговые подходы к управлению имиджем. Поэтому требуется продолжение исследований в данной области. В первую очередь, в целях оценки, а затем и формирования имиджа организации, необходимо сосредоточить внимание на структуре его отдельных составляющих элементов.

Так же следует сказать, что основной особенностью современного рынка товаров и услуг в нашей стране, является присутствие на этом рынке огромного количества компаний, предлагающих практически не отличающуюся друг от друга сточки зрения функциональности и стоимости для потребителя продукцию. В такой ситуации, особое значение приобретает имидж компании-производителя товара или поставщика услуг. Именно такой имидж, делает товар наиболее привлекательным для потребителя и облегчает его выбор. Вместе с тем, имидж позволяет фирме не только находить новых потребителей своих услуг, и удерживать старых, но и служит своего рода гарантией успешного преодоления кризисных ситуаций, от которых, как известно, не застрахована ни одна фирма. Устойчивый положительный имидж компании является залогом положительного отношения к ней со стороны различных сегментов ее целевой аудитории. Одним из основных средств формирования имиджа компании являются инструменты связей с общественностью.

#### **Список использованных источников**

1. Варакута С.А. Связи с общественностью. – М.: ИНФРА-М, 2012.
2. Грибок Н.Н., Горский Д.А., Дивненко О.В. Управление корпоративной информационно-коммуникационной экосистемой: стратегия и инновации \\\ Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2017. № 3-2017. С. 30-35.
3. Дивненко О.В. Основы делового общения. – М.: Национальный институт бизнеса, 2004.
4. Дивненко О.В. Современные исследования деловой репутации: теоретические подходы и эмпирические задачи. В сборнике: IV Международная конференция серии "Дискурс: Запад-Восток" Government Relation: анализ политических возможностей для бизнеса и общества». Материалы докладов. 2008. С. 67-72.
5. Дивненко О.В. Современные теоретико-методологические подходы к исследованию деловой репутации. Вестник Национального института бизнеса. 2008. № 5. С. 100-103.
6. Дивненко О.В. Имидж в бизнес-коммуникациях. Часть 1. Учебное пособие. – М., Национальный институт бизнеса, 2004.

7. Малькевич А. А. Организация и проведение PR-кампаний. - СПб., 2010.
8. Пирогов Н.Л., Дивненко О.В. Управление персоналом. - Москва, Национальный институт бизнеса, 2013.
9. Романович В.К. Маркетинговая стратегия стимулирования продвижения товаров на рынок. – М.: Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. – 320с.

*Филипп В.В.<sup>1</sup>*

*ООО «Оценочная компания «Альфа»*

## **ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО ИМИДЖА МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА «ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ», Г.ЛУЗА КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**Аннотация.** Статья посвящена результатам оценки текущего имиджа малого предприятия с помощью инструментария, используемого в рекламе и PR.

**Ключевые слова:** Рекламный менеджмент, связи с общественностью, имидж, текущий имидж, малое предприятие, торговое предприятие.

Для того, чтобы предложить концепцию развития имиджа, необходимо проанализировать текущий имидж и соотнести его с результатами экономической деятельности магазина [4]. Г.Г. Почепцов считает, что текущий имидж – это не просто взгляд внешней публики вообще (хотя он может быть весьма существенным для данной организации или данного политика), это могут быть взгляды избирателей, клиентов, журналистов. И самой важной задачей здесь становится не столько благоприятный, сколько верный, правильный тип имиджа [6]. Рассмотрим в таблице 1 компоненты следующих понятий: формирование и развитие имиджа, а также ребрендинг.

*Таблица 1.*

Компоненты формирования имиджа, развития имиджа и ребрендинга

Формирование имиджа	Развитие имиджа	Ребрендинг
<ul style="list-style-type: none"> <li>- коммуникации</li> <li>- бизнес сообщества</li> <li>- отношение и поведение сотрудников</li> <li>- опыт компании</li> <li>- корпоративная социальная ответственность</li> <li>- физическое окружение</li> <li>- финансовые результаты</li> <li>- организационная структура</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- построение стратегии компании (планы на будущее)</li> <li>- разработка рекламных и PR-коммуникаций, в т.ч. рекламных стратегий</li> <li>- подбор характеристик для работы с аудиториями</li> <li>- создание имиджевых характеристик</li> <li>- продвижение организации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рейсталинг</li> <li>- смена внешних атрибутов</li> <li>- смена коммуникаций</li> <li>- изменение стратегии деятельности магазина</li> <li>- изменение рекламной стратегии</li> <li>- смена ЦА</li> </ul>

<sup>1</sup> *Филипп Вероника Викторовна* – сотрудник ООО «Оценочная компания «Альфа» (Москва).

и корпоративная культура - качество товаров и услуг	- поддержание корпоративной культуры и корпоративной социальной ответственности - налаживание отношений со СМИ и ЦА	
--	--	--

Для эффективного развития имиджа магазина «Ювелирные изделия» необходимо узнать цель покупки покупателей, понимать какую сумму готовы потратить покупатели за красивое ювелирное изделие, узнать, на что покупатели обращают внимание при выборе ювелирного изделия, а также как покупатели оценивают имидж магазина. В связи с этим был проведен опрос в магазине «Ювелирные изделия» на месте продаж. В опросе приняли участие 48 человек, среди которых 31 – женщины и 17 – мужчины в разных возрастных категориях. Среди респондентов оказалось большее количество молодой аудитории, больше респондентов женщин. Большинство респондентов предприниматели, служащие и рабочие. Знание пола, возраста и рода деятельности поможет лучше узнать потребителей, чтобы наиболее эффективно выстраивать продвижение.

Также было проанализировано соотношение потребителей по критерию «семейное положение». Данная статистика нужна для того, чтобы узнать какая аудитория является покупателями. В основном, покупатели состоят в браке.

Не менее важным является вопрос о среднемесячном доходе покупателей. Полученные данные показывают, что основной доход покупателей магазина «Ювелирные изделия» от 15000 рублей. Для формирования имиджа магазина важно учитывать ценовую политику и возможности потребителей.

Исходя из ответов на вопрос «На что вы обращаете внимание при покупке ювелирного украшения», можно сделать вывод о том, что для покупателей главным компонентом при выборе ювелирного изделия является цена, дизайн и качество. При развитии имиджа магазина «Ювелирные изделия» важно учесть все желания потребителей.

Анализ результатов опроса показал, что покупатели приобретают ювелирные изделия довольно нечасто. Ассортимент ювелирных украшений устраивает покупателей. Эти данные можно использовать при позиционировании магазина «Ювелирные изделия» как удовлетворяющего потребности покупателей. Можно рекламировать ювелирные изделия и делать акции.

Главными конкурентами магазина «Ювелирные изделия» являются ювелирные салоны «Кристалл» и «Алмаз». Сильной стороной конкурентов является активная реклама и акции. Конкуренты занимаются не только продажей ювелирных изделий, а также предлагают ремонт изделий, уменьшение и увеличение размера ювелирного украшения.

При выборе магазина «Ювелирные изделия» потребителей привлекают скидки и качество товара. Также важно, что большинство покупателей получает информацию из интернета. Поэтому для формирования и развития имиджа магазина «Ювелирные изделия» особое внимание стоит уделить информационной и рекламной деятельности. Если повысится уровень осведомленности, то повысится и имидж. Имидж магазина, обслуживание и фирменный стиль ре-

спонденты оценили на «4» (по пятибалльной системе). Следовательно, для повышения имиджа магазина нужно улучшить интерьер магазина с помощью украшения витрин и фирменного стиля. При грамотном продвижении магазина «Ювелирные изделия» потребитель будет приобретать ювелирные украшения именно в этом магазине, если будут учтены все потребности и желания клиента. Так же, стоит отметить о том, что салон сотрудничает с известными ювелирными поставщиками.

Поэтому главное – это донести до клиента уникальность товара, изысканность ювелирного украшения, а также создать максимально приятные условия при выборе изделия. Необходимо создать лояльность и к самому магазину «Ювелирные изделия», так как число конкурентов ювелирных салонов в г. Луза растет.

В условиях нестабильной ситуации на рынке, постоянного роста цен на сырье и меняющегося спроса на ювелирные изделия магазин старается сохранить хороший имидж и высокий уровень спроса на продукцию.

Также важно проанализировать текущий имидж магазина через призму 5 основных инструментов:

**Корпоративная культура:** Сотрудники магазина «Ювелирные изделия» часто проводят совместные встречи и чаепития. Это позволяет сблизить коллектив и работать в дружеской атмосфере. Персонал подбирается очень внимательно. При выборе сотрудника, руководитель, прежде всего, обращает внимание на приятный внешний вид, умение общаться с людьми, а также знания в ювелирной сфере. В магазине раз в три месяца проводятся тренинги для продавцов, чтобы продавцы знали ассортимент ювелирных изделий и могли помочь с выбором клиенту. Благодаря этому, личные продажи продавцов становятся более эффективными.

**Фирменный стиль:** У магазина есть свой логотип и корпоративная форма одежды – черные платья с золотым поясом.

**Реклама:** Для того, чтобы увеличить число клиентов и проинформировать об изделиях и акциях магазин «Ювелирные изделия» размещает рекламные сообщения в следующих СМИ: газеты «Источник новостей» и «Хорошая газета».

В СМИ, где аудитория очень разноплановая магазин старается использовать в своем рекламном сообщении такие темы как: красота, украшения, исторические легенды о ювелирных изделиях и так далее.

В журнале «Хорошая газета» рекламное сообщение нацелено на то, чтобы показать, где покупатель с разным уровнем дохода, может подобрать индивидуальное ювелирное изделие для себя со вкусом, с высоким качеством и приятной ценой. Директор магазина «Ювелирные изделия» утверждает, что никакой статистики эффективности рекламы в СМИ они не ведут.

Чтобы оповещать постоянных клиентов об акциях, скидках, поступлении новых товаров магазин «Ювелирные изделия» использует в продвижении смс-рассылку. Каждый покупатель может заполнить специальную форму, после чего обо всех новостях магазина клиента будут информировать в смс сообщении.

Чтобы привлечь внимание покупателей в торговых центрах к магазину «Ювелирные изделия» используется аудиореклама. В ТЦ «Июль» и ТЦ «Со-

звездие» функционирует аудиореклама, которая оповещает посетителей о новых коллекциях ювелирных изделий, скидках и акциях на украшения. Приятный голос в рекламном сообщении заинтересовывает покупателей.

Особое значение имеет релаксирующая музыка в магазине, которая переносит покупателя в атмосферу спокойствия и роскоши. Потребитель расслабляется и получает удовольствие от покупок. Выбор музыки был сделан специально, она позволяет расположить покупателей к магазину и усилить вероятность следующей покупки, а также, придает законченный образ имиджу магазина.

Еще одним способом стимулирования сбыта на местах продаж служат «Золотые ценники». Чтобы выделить товар, на которые сейчас идет скидка магазин использует «Золотые ценники». Золотой цвет входит в фирменную цветовую гамму магазина и гармонично вписывается в интерьер. А самое главное, они отлично привлекают внимание клиентов.

Интернет: Одним из самых главных является продвижение в интернете: в социальных сетях. В большей степени продвижение в социальных сетях происходит в В контакте: в группе «Магазин «Ювелирные изделия» г.Луза» (Приложение 5), в которой на данный момент 1163 подписчика и с каждым днем эта цифра растет. Продвижение в официальной группе ([https://vk.com/yuvelirnyye\\_luza](https://vk.com/yuvelirnyye_luza)) происходит с помощью средств, представленных ниже.

- Обновления ленты новостей на темы: фотографии новинок ювелирных изделий, акции, уход за ювелирными украшениями, какие украшения подходят разной внешности. Это нужно для того, чтобы вызывать постоянный интерес у аудитории.

- Фотографии покупателей магазина при выборе и покупке ювелирного изделия. Фотографии сделаны на профессиональный фотоаппарат. Некоторые покупатели заходят увидеть себя и разместить эти фото у себя на страничке, тем самым о магазине узнают другие люди. Это способствует продвижению магазина «Ювелирные изделия».

- «Живое общение». У посетителей группы есть возможность задать вопрос о наличии товара, цене, скидках, оставить отзыв об украшении и о магазине «Ювелирные изделия» в целом. Создав дружескую атмосферу для покупателей, магазин образует позитивное и лояльное отношение к нему, что влияет на положительный результат, когда выбор стоит перед магазином «Ювелирные изделия» и конкурентами.

- Еще одним эффективным способом продвижения магазина «Ювелирные изделия» является сотрудничество с другими группами города Лузы. Благодаря взаимным «репостам», данный вид сотрудничества эффективно сказывается на количестве подписчиков, что привлекает новых потенциальных покупателей.

Социальные сети являются одним из главных способов продвижения. Данный способ позволяет компании находиться в информационном поле постоянных и потенциальных потребителей, показывая, что политика компании – это открытость не только в составе и уникальности ювелирных изделий, но и в общении со своими клиентами.

PR: Одной из отличительных особенностей магазина «Ювелирные изделия» являются тематические выставки ювелирных изделий. Магазин с каждой новой привезенной в магазин коллекцией организует выставку. Цель данной выставки – привлечь потенциальных клиентов, дать возможность потрогать изделие, померить, узнать, как ухаживать за ювелирными украшениями, а также проконсультироваться с продавцом. Данный ход повышает рост продаж, усиливает лояльность, помогает выделиться среди конкурентов.

Таким образом, анализируя проведенный опрос, отметим, что, несмотря на то, что компания «Ювелирные изделия» занимается продвижением своего товара необходимо разнообразить подходы и инструменты к поддержанию текущего имиджа магазина. Особое внимание важно уделить площадке сети Интернет – социальные сети, а также разработать сайт для компании, усовершенствовать скрипт диалога продавцов с клиентами.

### **Список использованных источников**

1. Грибок Н.Н., Горский Д.А., Дивненко О.В. Управление корпоративной информационно-коммуникационной экосистемой: стратегия и инновации // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2017. № 3-2017. С. 30-35.
2. Дивненко О.В. Современные исследования деловой репутации: теоретические подходы и эмпирические задачи. В сборнике: IV Международная конференция серии "Дискурс: Запад-Восток" Government Relation: анализ политических возможностей для бизнеса и общества». Материалы докладов. 2008. С. 67-72.
3. Дивненко О.В. Современные теоретико-методологические подходы к исследованию деловой репутации. Вестник Национального института бизнеса. 2008. № 5. С. 100-103.
4. Дивненко О.В. Имидж в бизнес-коммуникациях. Часть 1. Учебное пособие. – М., Национальный институт бизнеса, 2004.
5. Пирогов Н.Л., Дивненко О.В. Управление персоналом. - Москва, Национальный институт бизнеса, 2013.
6. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – Киев: Ваклер, 2006.

*Фильченков Г.А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ И РЫНОЧНОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Аннотация.** Рассмотрены задачи и основные направления товарной политики организации. Изучены основные типы стратегии конкурентной борьбы. Рассмотрена система планирования ассортимента товаров и услуг.

---

<sup>1</sup> *Фильченков Герман Андреевич* - студент четвертого курса, направление «Менеджмент» АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

**Ключевые слова:** товарная политика, стратегия конкурентной борьбы, система планирования ассортимента товаров.

Товарная политика - это систематическое принятие решений по всем аспектам разработки, производства и реализации продукции.

Задачи товарной политики:

1. Постоянное изучение качественных и количественных характеристик продукции, соответствующих запросам конечных потребителей;
2. Повышение конкурентоспособности товара.
3. Определение потенциальных возможностей товара;
4. Оптимизация ассортимента (выделение удачных товаров, устранение неперспективных товаров, определение необходимого изменения свойств неудачных товаров);
5. Удлинение жизненного цикла изделий;
6. Создание новых товаров[6].

Товарная политика является составной частью маркетинговой политики предприятия. Она включает в себя исследование рынка, потребителей, конкурентов; разработку программы действия фирмы в области производства; прогнозирование жизненного цикла товара, а также и его анализ[5].

Таким образом, с помощью данной политики решаются вопросы и задачи создания нового продукта, разрабатывается маркетинг, позволяющий руководству избежать многих ошибок данного этапа, что значительно может повысить эффективность фирмы.

Разработка и осуществление товарной политики требуют соблюдения следующих условий:

- а) четкого представления о целях производства;
- б) сбыта и экспорта на перспективу;
- в) наличия стратегии производственно-сбытовой деятельности предприятия;
- г) хорошего знания рынка и характера его требований;
- д) полного представления о своих возможностях и ресурсах в настоящее время и в перспективе[1].

Рыночная стратегия должна определить основные принципы и качественные ориентиры поведения предприятия на товарном рынке, желательные характеристики состава потребителей и их групп, стратегию конкурентной борьбы.

Четыре основных типа стратегии конкурентной борьбы:

1. Силовая стратегия характерна для фирм, действующих в сфере крупного, стандартного производства товаров и/или услуг. Большое производство обычно можно наладить более эффективно и с меньшими издержками, чем изготовление небольших партий, сильно отличающихся друг от друга товаров. Кроме того, силовая стратегия использует преимущества, создаваемые широкомасштабными научными исследованиями, развитой сбытовой сетью и крупными рекламными кампаниями.

Для этой стратегии характерна опора на сформированный имидж, осознание своей гигантской мощи и силы. Поэтому такие фирмы стремятся доминировать на обширном рынке, по возможности вытесняя с него конкурентов. Они привлекают покупателя сравнительной дешевизной и добротностью (средний уровень качества) своих изделий.

2. Нишевая стратегия типична для фирм, вставших на путь специализации. Она предусматривает изготовление особой, необычной продукции для определенного (чаще узкого) круга потребителей. Такая компания старается не распыляться, контролируя небольшую часть обширного рынка, и завоевывает максимальную долю маленького рыночного сегмента.

3. Приспособленческая стратегия преобладает при обычном бизнесе в местных – локальных масштабах. Сила небольшого неспециализированного предприятия состоит в его гибкости и лучшей приспособленности к удовлетворению небольших по объему (а нередко и кратковременных) нужд и потребностей конкретных клиентов.

4. Пионерская стратегия связана с созданием новых или радикальным преобразованием старых сегментов рынка. Речь идет не просто о совершенствовании товаров и услуг, а о крайне рискованном (но и баснословно выгодном в случае удачи) поиске революционных решений[2].

На практике стратегия маркетинга включает в себя локальные стратегии деятельности фирмы на целевых рынках с использованием необходимых элементов комплекса маркетинга. При этом для каждого сегмента рынка должны быть определены новые продукты, цены, методы продвижения продуктов и каналы распределения[5].

Разновидности базовых локальных стратегий маркетинга включают в себя:

1) стратегию «проталкивания» – деятельность фирмы, направленную на ускорение движения продукта через каналы распределения к конечным потребителям. В основе этой стратегии – использование методов персональной продажи и стимулирования сбыта, направленных на торговых посредников;

2) стратегию «вытягивания», основанную на использовании методов продвижения продукта (прежде всего рекламы и стимулирования сбыта), адресованных конечным потребителям;

3) стратегию внедрения на рынок – расширение деятельности фирмы путем увеличения объема сбыта существующих продуктов без каких-либо их изменений на освоенных сегментах рынка путем снижения цен на них, увеличения затрат на рекламу, расширения сбыта и за счет привлечения потребителей, которые ранее приобретали продукты конкурентов;

4) стратегию диверсификации – развитие фирмы путем расширения деятельности за рамки существующих продуктов и рынков;

5) стратегию развития продукта – определение главного принципиального направления расширения деятельности предприятия путем предложения модифицированных или новых продуктов на освоенных сегментах рынка и ряд других.

б) стратегию “снятия сливок” (стратегия исчерпания) – стратегия установления максимальных цен для новых товаров при низкой конкуренции и постепенное снижение цен в целях конкурентной борьбы и большего охвата рынка[3].

Рассмотрим систему планирования ассортимента товаров и услуг.

Набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке, называют ассортиментом.

Номенклатура, или товарный ассортимент, - это вся совокупность изделий, выпускаемых предприятием. Она включает различные виды товаров. Вид товара делится на ассортиментные группы (типы) в соответствии с функциональными особенностями, качеством, ценой. Каждая группа состоит из ассортиментных позиций (разновидностей или марок), которые образуют низшую ступень классификации.

Широкий ассортимент позволяет диверсифицировать продукцию; ориентироваться на различные требования потребителей и стимулировать совершение покупок в одном месте. Одновременно он требует вложения ресурсов и знаний в различные категории продукции. Глубокий ассортимент может удовлетворять потребности различных покупательских сегментов по одному товару; максимизировать использование места в торговых точках; препятствовать появлению конкурентов; предлагать диапазон цен и стимулировать поддержку дилеров. Однако он также увеличивает расходы на поддержание запасов, модификацию продукции и выполнение заказов. Кроме того, могут возникнуть определенные трудности в дифференциации между двумя схожими ассортиментными позициями. Обычно сопоставимым ассортиментом легче управлять, чем несопоставимым. Он позволяет предприятию специализироваться в сфере маркетинга и производства, создавать прочный образ и обеспечить стабильные отношения в каналах сбыта. Однако чрезмерная концентрация может сделать предприятие уязвимым перед угрозами со стороны внешней среды, колебаний в сбыте, замедления потенциала роста в силу того, что весь упор делается на ограниченный ассортимент товаров.

Сущность планирования ассортимента продукции определяется как планирование всех видов деятельности, направленных на отбор изделий для будущего производства и на приведение технических, функциональных и эстетических свойств этих изделий в наиболее полное соответствие с требованиями потенциальных потребителей

Основными элементами (или фазами) планирования ассортимента продукции являются:

1) выявление текущих и потенциальных (неудовлетворенных) потребностей покупателей; анализ способов использования соответствующей продукции, а также особенностей поведения покупателей (потребителей) в данном сегменте рынка;

2) оценка конкурирующих изделий-аналогов под тем же углом зрения;

3) анализ потребительских оценок качества вырабатываемых изделий, т.е. определение степени их соответствия запросам покупателей (потребителей) с

точки зрения способности удовлетворить конкретную потребность в функциональном и эстетическом отношении;

4) определение того, какими изделиями должен быть пополнен вырабатываемый ассортимент продукции и какие изделия следует исключить из него по причинам недостаточной рентабельности, морального износа, снижения конкурентоспособности и т.д. Сюда же относится решение вопроса о том, следует ли диверсифицировать производство за счет направлений, выходящих за рамки сложившейся специализации;

5) рассмотрение предложения об освоении новых изделий, усовершенствовании освоенной продукции, а также о новых способах и сферах применения выпускаемых товаров;

6) разработка спецификаций новых или улучшенных изделий в соответствии с требованиями покупателей;

7) изучение с помощью специалистов по научно-техническим изделиям и разработкам перспектив производства новых или усовершенствованных изделий, включая вопросы цен, себестоимости и рентабельности;

8) тестирование продукции с привлечением потенциальных потребителей для выявления ее соответствия покупательскому спросу по всему кругу основных показателей: качеству, внешнему виду, прочности, удобству в эксплуатации, безотказности в работе; упаковке, цене, потребительной ценности;

9) разработка специальных рекомендаций для изготовителей продукции в отношении ее качества, типоразмера, наименования, цены, упаковки, технического обслуживания и т.д. в соответствии с результатами проведенного тестирования, пробных продаж и т.п.;

10) подготовка рекомендаций по сбыту продукции, включая: определение сроков и графика ввода на рынок нового или усовершенствованного товара, масштабов и начальной формы его реализации (например, только пробные продажи в специально отобранных городах, освоение отдельных региональных рынков или же выход сразу на национальный рынок), планов сбыта продукции, разработку программы проведения рекламных кампаний и других мероприятий по стимулированию сбыта.

При этом важно иметь в виду, что планирование ассортимента продукции - это непрерывный процесс, продолжающийся на протяжении всего жизненного цикла товара, начиная с зарождения идеи и кончая снятием его с продажи[4].

Теперь рассмотрим систему планирования производства.

Производство – комплексная задача. Некоторые фирмы изготавливают ограниченное количество видов продукции, другие предлагают широкий ассортимент. Но каждое предприятие использует различные процессы, механизмы, оборудование, трудовые навыки и материалы. Для получения прибыли компания должна организовать все эти факторы таким образом, чтобы производить нужные товары наивысшего качества в нужное время с минимальными затратами. Это комплексная проблема, и для ее решения потребуется эффективная система планирования и контроля[6].

Правильная система планирования должна давать ответы на четыре вопроса:

1. Что производить?
2. Что для этого потребуется?
3. Что для этого имеется?
4. Что еще необходимо?

Это вопросы приоритета и производительности.

Приоритет – это то, какие изделия необходимы, какое их количество требуется, и когда они нужны. Приоритеты устанавливает рынок. В обязанности производственного отдела входит разработка планов удовлетворения по мере возможности рыночного спроса.

Производительность – это способность производства изготавливать товары и услуги. В конечном счете, она зависит от ресурсов компании – оборудования, рабочей силы и финансовых ресурсов, а также от возможности своевременно получить от поставщиков материалы. На коротком промежутке времени производительность (производственная мощность) – это количество работы, которую при помощи труда и оборудования можно выполнить в определенный срок.

#### **Список использованных источников**

1. Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности. - М.: АНО «ИПЭВ», 2009.
2. Дорошев В. И. Введение в теорию маркетинга. - М.: Инфра-М, 2000.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Вильямс, 2015.
4. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. М. Основы менеджмента. М.: Дело, 1997.
5. Синяева И. М., Земляк С. В., Синяев В. В. Маркетинг в предпринимательской деятельности. - М.: Дашков и Ко, 2016.
6. Сычев Н.Г., Гусаров А.С. Цены и ценообразование. - М.: ЗАО «Финстатинформ», 2011.

*Хабибуллин Р.И.*<sup>1</sup>

*Центральный экономико-математический институт РАН*

### **МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И КОЛЛЕКТИВНЫЕ ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ: ОПЫТ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ<sup>2</sup>**

**Аннотация.** Коллективные предприятия, органично сочетающие принципы самоуправления и социальной справедливости, будут доминировать в производствах нового технологического уклада, требующих от их участников обширных и высокоспециализированных знаний, а также творческого подхода

---

<sup>1</sup> Хабибуллин Рифат Илгизович – кандидат экономических наук, научный сотрудник Центрального экономико-математического института РАН.

<sup>2</sup> Работа выполнена за счет гранта РФФИ, проект № 14-18-02294 (организация – получатель средств – ЦЭМИ РАН).

к делу. Как показывает опыт китайских коллективных предприятий, именно в условиях демократизации производственных отношений возможно раскрыть инновационный потенциал трудовых коллективов. Поэтому формирование развитого сектора высокотехнологичных предприятий, основанных на демократизации собственности и управления, является актуальной задачей становления инновационной экономики и структурной перестройки народного хозяйства.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, коллективные формы хозяйствования, коллективное предприятие, акционерное общество работников (народное предприятие), демократизация собственности, корпоративная культура, трудовой коллектив.

Одной из главных составляющих китайской модели экономики является многоукладность при главенстве общественных форм собственности [1]. Сегодня огромный вклад в развитие рыночного сектора в Китае принадлежит малому и среднему бизнесу (МСБ), который является его настоящим «национальным достоянием» [2]. Поддержка развития малого и среднего предпринимательства является важнейшим аспектом экономической политики китайского руководства на новом этапе экономической реформы и структурной трансформации модели экономики [3].

Сегодня на долю МСБ приходится около 60% ВВП КНР, свыше 50% налоговых поступлений в центральный бюджет, около 60% оборота потребительского рынка, свыше 62% совокупного объема экспорта [4]. Кроме того, на долю малого и среднего бизнеса приходится до 70% зарегистрированных патентов, 75% внедренных инноваций, около 80% разработанных и произведенных видов новой продукции. Более 70% компаний, расположенных в бизнес-инкубаторах и в особых экономических зонах, ориентированных на развитие высоких технологий, относятся к разряду МСБ, на них приходится более 82% всего производства с использованием высоких технологий в Китае [4].

Планом развития малого и среднего бизнеса на XII пятилетку (2011-2015 гг.) предусматривались следующие базовые параметры [5]:

- ежегодный прирост количества зарегистрированных торгово-промышленных МСБ на уровне 8%;
- темпы прироста добавленной стоимости МСБ на уровне 8% в год;
- коэффициент информатизации (использование информационных технологий) – до 45%;
- коэффициент розничного товарооборота на электронных торговых площадках – до 40%;
- количество прошедших обучение представителей малого и среднего бизнеса – 2,5 млн. человек.

Все эти показатели были успешно достигнуты [4].

В настоящее время на долю малых и микропредприятий приходится 94,2% общего числа зарегистрированных в промышленно-торговой системе Китая рыночных субъектов, 97% из которых функционируют в частном секторе экономики [3]. Индивидуальные же предприятия в соответствии с требованиями

ми новых «Стандартных требований к малым и средним предприятиям в различных отраслях экономики», принятых в 2011 г., фактически все причисляются к категории микропредприятий, поскольку они используют менее 10 наемных работников. Согласно новым Стандартным требованиям, в которых микропредприятия впервые были выделены в самостоятельную категорию, в число малых и микропредприятий входят: предприятия в сфере сельского, лесного, животноводческого и рыбного хозяйства, доходы от хозяйственной деятельности которых составляет не более 5 млн юаней; промышленные и транспортные предприятия, на каждом из которых занято не более 300 человек и доходы от хозяйственной деятельности не превышают 20 млн и 30 млн юаней соответственно; предприятия общественного питания, на каждом из которых работают менее 100 человек и доходы от хозяйственной деятельности не превышают 20 млн юаней; а также предприятия оптовой торговли, с числом занятых до 20 человек и доходами от хозяйственной деятельности менее 50 млн юаней, и розничной торговли, на которых трудятся не более 50 человек и доходы не превышают 5 млн юаней. Для микропредприятий показатель численности занятости установлен в основном в пределах 10 человек, а величина доходов – менее 1 млн юаней [3].

Основные задачи государственной политики в области развития МСБ сформулированы в Законе КНР «О стимулировании развития малых и средних предприятий» (2003 г.). Современная система государственной поддержки малых и средних предприятий в Китае включает следующие элементы [5]:

- создание специального государственного фонда поддержки малых и средних предприятий;
- установление преференциального налогового режима для малых и средних предприятий;
- осуществление финансовой и кредитной поддержки;
- обеспечение доступа субъектов малого и среднего бизнеса к получению государственных заказов;
- использование других мер стимулирующего характера.

Нельзя недооценивать тот факт, что экономический успех КНР достигается в том числе и за счет эффективного функционирования коллективных форм хозяйствования. Статья 6 Конституции КНР гласит: «Основа социалистической экономической системы Китайской Народной Республики – социалистическая общественная собственность на средства производства, то есть общенародная собственность и коллективная собственность трудящихся масс» [6]. Не случайно на 15-м съезде КПК Цзян Цзэминь призывал особо поощрять создание коллективных структур на основе объединения труда и капитала.

В Китае давно и успешно развиваются коллективные предприятия как в акционерной, так в кооперативной формах. При добровольном объединении более трех трудящихся для ведения хозяйственной деятельности и оформлении соответствующего договора может создаваться и предприятия специфической организационно-правовой формы – так называемое акционерно-кооперативные общества (АКО). Участники такого общества вносят в его общий фонд денеж-

ные или натуральные вклады. При этом имущество, созданное в процессе деятельности общества, принадлежит всем его работникам. АКО имеет возможность выпускать внутренние акции. Их собственниками являются все работники предприятия. Получаемая прибыль распределяется между членами общества пропорционально их труду и количеству принадлежащих им акций. Такой тип хозяйственной деятельности укрепляет ответственность работников за результаты труда.

Если говорить о коллективных предприятиях в кооперативной форме, то в Китае их становление и развитие рассматриваются государством в качестве одного из основных мероприятий в строительстве современного сельского хозяйства. Помимо государственной поддержки кооперативов в налоговой и кредитной сферах, планируется увеличение масштабов подготовки лиц, способных играть ведущую роль в создании кооперативов и заниматься в них управленческой деятельностью. Особая роль отводится процессам сотрудничества коллективных предприятий на основе их специализации, развития информатизации и стандартизации производства.

Возрастает роль китайских коллективных предприятий и на мировой экономической арене. По итогам 2017 г. в престижный рейтинг Fortune Global 500 (рейтинг 500 крупнейших мировых компаний, критерием составления которого служит выручка компании) вошли более сотни китайских предприятий. Впервые в списке – китайские Anbang Insurance Group, Alibaba, Tencent и Country Garden [7]. Следует отметить, что среди них есть Tencent – китайская технологическая компания, основанная в ноябре 1998 года в г. Шэньчжэнь. В данной компании работники являются ее же акционерами.

Сегодня рыночная капитализация Tencent превышает 500 миллиардов долларов [8]. По этому показателю Tencent обошла Facebook и стала пятой по стоимости компанией в мире, уступая лишь четырем американским технологическим гигантам – Apple, Alphabet (Google), Microsoft и Amazon.

Основной актив Tencent – мессенджер WeChat, у которого около миллиарда активных пользователей (абсолютное большинство из них – в Китае). Мессенджер был запущен в 2010 году, и с тех пор капитализация Tencent выросла приблизительно в 10 раз [8].

Другое известное китайское народное предприятие Huawei – одна из крупнейших китайских компаний в сфере телекоммуникаций. Основателю компании Жэнь Чжэнфэю принадлежит около 1,4 % акции компании, а более 80 тысяч сотрудников владеют всем остальным [9]. Авторитетное издание - Forbes – каждый год составляет список самых дорогих брендов с мировых имен. В 2017 году компания Huawei вошла в элитную сотню, став единственным представителем Китая [10]. Всего в списке значатся компании из 15 стран мира. Самой активной страной участником рейтинга стала США (56 компаний), следом идут Германия (11), Франция (7) и Япония (6). В 2017 году выручка компании достигла \$92 млрд., прирост товарооборота составил 15%, продано 153 млн. смартфонов. Итог столь динамичного развития Huawei — 88 строчка в списке самых дорогих брендов 2017 года по версии Forbes, вхождение в анало-

гичный топ по версии агентства Interbrand (72 строчка), 40-я позиция в рейтинге Global 500 (+7 позиций за год) [10].

Успех таких китайских «народных» гигантов как состоит не только в грамотной бизнес-стратегии. Не менее важную роль сыграла своеобразная корпоративная культура коллективизма, сформированная на таких предприятиях. Жэнь Чжэнфэй сформулировал такой подход к управлению следующим: «В моменты побед мы поднимаем бокалы и празднуем их вместе. В моменты поражений мы рискуем жизнью, чтобы спасти другого». Этот лозунг стал руководством к действию для всех 170 тысяч сотрудников корпорации Huawei [11].

Среди наиболее актуальных проблем управления – вопросы раскрытия творческого потенциала работников предприятий, приобретения ими опыта, повышения их инициативы путем участия в выработке решений преодоления различных проблем хозяйствующих субъектов (или принятия ими таких решений), а также вопросы повышения экономической эффективности компаний. В связи с этим фирмы в высокотехнологичных отраслях гораздо чаще выбирают децентрализованные структуры управления, основанные на корпоративной культуре коллективизма, что стимулирует инновационную активность, позволяет им гибко реагировать на изменения внешней среды, наиболее эффективно использовать ресурсы.

Творческая деятельность, включая инновационную, наиболее эффективно осуществляется на основе свободной, добровольной кооперации труда, чему соответствует как раз форма коллективного предприятия. Последние имеют такие преимущества перед фирмами иных организационно-правовых форм, как более высокое качество выпускаемой продукции, более высокий уровень мотивации высокопроизводительного труда, преодоление противоречий между трудом и капиталом, более низкий уровень оппортунистического поведения работников.

#### **Список использованных источников**

1. Кондрашова Л.И. Китай: к новой модели общественного развития. М.: ИД «ФОРУМ», 2017. С.278.
2. Киреев А.А. Социально-экономическое развитие КНР. В кн. «Современный Китай: социально-экономическое развитие, национальная политика, этнопсихология». Отв. Ред Д.В. Буяров. Изд.3-е. – М. КРАСАНД, 2018. С.31.
3. Чуванкова В.В. Развитие малого предпринимательства в КНР на новом этапе экономической реформы (по итогам 3-й Всекитайской экономической переписи). В кн. «Китай на новом этапе экономической реформы». Отв. Ред. А.В. Островский; сост. П.Б. Каменнов. – М.: ЛЕНАНД, 2016. С.57.
4. Левченко Т.А. Система государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Китае: современное состояние и пути развития // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 3(20). С.235-238.
5. Лю С. Малый и средний бизнес в Китае и Республике Беларусь: сравнительный анализ условий развития // Белорусский экономический журнал. 2014. № 2. С. 116-127.
6. Конституция КНР. Электронный ресурс: <http://worldconstitutions.ru/?p=31> (дата обращения: 20.01.2018).

7. Более 100 китайских компаний вошли в список Fortune Global 500. Электронный ресурс: <https://regnum.ru/news/2303767.html> (дата обращения: 20.01.2018).
8. Слышали когда-нибудь о китайской компании Tencent? Так вот, она стоит дороже Facebook. Электронный ресурс: <https://meduza.io/feature/2017/11/21/slyshali-kogda-nibud-o-kitayskoj-kompanii-tencent-tak-vot-ona-stoit-dorozhe-facebook> (дата обращения: 20.01.2018).
9. Секрет успеха компании Huawei. Электронный ресурс: <http://hbr-russia.ru/management/korporativnyu-opyt/p16013/> (дата обращения: 20.01.2018).
10. Huawei — единственный «китаец», вошедший в ТОП 100 самых дорогих брендов Forbes 2017. Электронный ресурс: <http://apps4all.ru/post/06-06-17-huawei-edinstvennyj-kitaets-voshedshij-v-top-100-samyh-dorogih-brendov-forbes-2017-b4e> (дата обращения: 20.01.2018).
11. Корпоративная культура Huawei: преданность и трудоголизм. Электронный ресурс: <http://www.sostav.ru/publication/korporativnaya-kultura-huawei-predannost-i-trudogolizm-24891.html> (дата обращения: 20.01.2018).

*Шутьков А.А.<sup>1</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

*Шутьков С.А.<sup>2</sup>*

*АНО ВО «Национальный институт бизнеса»*

## **РАЗВИТИЕ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭКОНОМИКЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

**Аннотация:** В докладе рассматриваются сложившиеся формы хозяйствования в агропромышленном производстве, показываются особенности их функционирования, обосновывается необходимость повышения эффективности в современных условиях бизнеса на основе активизации инновационных процессов. Раскрываются причины, сдерживающие ускорение научно - технического прогресса. Предлагаются решения данной проблемы.

**Ключевые слова:** агропромышленный комплекс, академия, сельское хозяйство, инновации, научный потенциал, ФАНО.

Среди ключевых проблем создания эффективной экономики важным является развитие форм хозяйствования с повышением их результативности на основе активизации инновационных процессов.

В сообщении мы остановимся на примере аграрного сектора экономики исходя из его важности. Во-первых, его развитие призвано решать ключевые

---

<sup>1</sup> *Шутьков Анатолий Антонович* - академик РАН, доктор экономических наук, профессор. АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

<sup>2</sup> *Шутьков Сергей Анатольевич* - доктор экономических наук, профессор АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

проблемы жизни страны - обеспечения населения продуктами питания, во-вторых – на основе производимой продукции – создавать дл 5-6 рабочих мест в смежных отраслях народного хозяйства.

За последние три года в сельском хозяйстве произошла позитивная динамика роста. Этому способствовали : первое - благоприятные погодные условия; второе - меры увеличения государственной поддержки; третье –результаты санкций к странам Западе по ограничению импорта продовольствия.

Однако эти тенденции не отражают действительное положение. В истекшем году производство сельскохозяйственной продукции, к сожалению, еще не достигло уровня 26-летней давности (1990 г.). Так производство молока за 1990-2016 годы уменьшилось с 55,7 до 30 млн. т. или в 1,9 паза. Сегодня молоком, маслом, сыром Россия обеспечивается за счет импорты сухого молока и пальмового масла. За день в страну ввозится 1,5 тысяч тонн белково-жировых продуктов. Мясо и мясопродукты ввозится из 12 стран мира. По поводу рекордного валового сбора зерна необходимо иметь ввиду, что такие урожаи при благоприятных погодных условиях неоднократно были 50—60 лет назад. В целом, несмотря на антисанкции к странам Западе за годы аграрной реформы импорт продовольствия возрос с 7,6 до 24,9 млрд. долл. США.

7 декабря 2017 года в Госдуме было проведено парламентское слушание, где выступил директор ЗАО совхоза им. Ленина Павел Николаевич Грудиллин, который справедливо указал «Уберите весь фальсификат продуктов питания с полок магазинов и Вы поймете, что на самом деле продовольствия у нас нет. И ничего придумывать не надо».

Началом, вызвавшим обвал производства в сельском хозяйства послужило принятие Указа президента РФ Ельцина 27 декабря 1991 года «О неотложных мерах по осуществлению земельной реформы в РСФСР» Указом в жесткой форме предусматривалась реорганизация колхозов и совхозов. За невыполнение его до 1 марта 1992 года руководители хозяйств подлежали штрафу 3-месячной заработной платы. Следствием реализации данного Указа и последующих нормативных документов основные земельные ресурсы были присвоены ограниченному числу лиц. Появились латифундии. Земля стала рынком, превратившейся в самую криминальную сферу.

Реформаторами при изменениями форм хозяйствования (по рекомендациям советников из США, изложенной в Программе для правительства) преследовалась решения задач перевода аграрного сектора экономики с крупнотоварного на мелкотоварное производство с созданием на базе колхозов и совхозов до двух миллионов фермерских хозяйств. Жизнь показала пагубность такого подхода в силу того, что для их успешной работы требовались дополнительные финансовые ресурсы, которыми страна не располагала. В результате в эти «лихие годы» была подорвана материально-техническая база, возникло массовое банкротство фермерских хозяйств. Если в 1993 году их число составляло 650 тысяч, то в 2017 году их осталось немногим более 120 тысяч. Ныне данный сектор экономики производит 12% валовой продукции села.

В настоящее время в сельском хозяйстве функционируют около 30 тысяч акционерных обществ, обществ с ограниченной ответственностью, товари-

ществ на вере, коллективных организаций и другие формы хозяйствования. В их структуре 24% приходится на сельскохозяйственные производственные кооперативы и коллективные организации, эффективность которых по результатам обследования на 15% выше по сравнению с другими формами хозяйствования. Наиболее успешно осуществляют свою деятельность СПХ им. Фрунзе Белгородской области, СПХ им. Гагарина Оренбургской области ЗАО совхоз им Ленина Московской области и ряд других хозяйств сохранивших крупнотоварное производство. Сегодня важна оптимизация форм хозяйствования, их поддержка, когда в экономике должны развиваться как мелкое, так и крупное производство. Для повышения их эффективности особое значение имеет развитие научно – технического прогресса.

Структурные преобразования в аграрном секторе экономики и создавшаяся кризисная ситуация в нём в значительной мере отодвинули на второй план вопросы использования достижений науки и техники. С этим в значительной степени связан спад производства сельскохозяйственной продукции в пореформенный период. Анализ показывает, что, несмотря на положительную динамику роста производства, объемы их не отвечают требованиям продовольственного обеспечения населения страны. В то же время как свидетельствует отечественная и зарубежная практика, ускорение инновационных процессов, как составной части аграрной политики является важнейшим фактором интенсификации, повышения конкурентоспособности производства, обеспечения страны продовольственной независимости.

На важность активизации инновационных процессов для экономики России в современных условиях хозяйствования обращено внимание в принятом Указе президента Российской Федерации «О стратегии научно-технического развития Российской Федерации» (1 декабря 2016 года, №642). В Указе подчеркивается важность научно-технического развития в свете объективных требований на реакции со стороны государства совокупных проблем, угроз и вызовов. Для сельского хозяйства такими вызовами ныне является решение проблемы продовольственной безопасности на базе более широкого использования достижений науки и техники, прежде всего в производстве продукции растениеводства и животноводства (2).

В научной литературе имеются различные понятия инноваций. Например, по признаку содержания внутренней структуры выделяют следующие инновации: технические, экономические, организационные, технологические и др. Используется классификация по: масштабам инноваций (глобальная, локальная); параметрам жизненного цикла (выделение стадий и подстадий); закономерности процесса внедрения.

В соответствии с международными стандартами инновация характеризуется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Инновационный процесс в агропромышленного производства мы рассматриваем как систему, представляющую собой превращение научных разработок в новые технологии, организационно-экономические отношения и другую новую продукцию по использованию их в производстве с целью повышения его эффективности, роста производительности труда. Это использование может быть направлено на:

- применение новой техники и технологий, обеспечивающих высокую конкурентоспособность;
- производство продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
- выявление новых рынков сбыта продукции.

Термины «инновационные процессы» и «инновации» не однозначны, хотя и весьма близкие по содержанию. Инновационные процессы связаны с созданием, освоением и распространением достижений науки и техники. Инновация - это научно-техническая новизна и производственная её применимость.

Активизация инновационной деятельности должна быть направлена на освоение достижений НТП, повышение на этой основе эффективности агропромышленного производства. Научно-технические разработки и нововведения выступают как промежуточный результат научно-производственного цикла и по мере практического применения превращаются в научно-техническую инновацию.

Научно-технические инновации органически связаны с процессом рационального использования производственного потенциала. В свою очередь конкурентоспособность интегрированного формирования во многом определяется степенью использования его структурных подразделений достижений науки и техники на всех стадиях, начиная от организации научных исследований до освоения их результатов в практике.

Важнейшим звеном в инновационных процессах является наука. Непосредственной целью её в АПК является открытие новых знаний в области экономики, организации, техники и технологии производства, описание, объяснение и прогнозирование процессов и явлений, составляющих предмет её изучения на основе открытия новых законов.

Сегодня аграрная наука решает множество проблем, связанных с выводом агропромышленного производства из кризиса, которые вызваны следующими обстоятельствами:

- ограниченностью земельных ресурсов, невозможностью восстановления в короткие сроки выбывающих из оборота больших площадей пашни;
- сокращением инвестиций, регрессом в формировании материально-технической базы;
- ухудшением использования земли, снижением плодородия почвы;
- значительным уменьшением объемов производства сельскохозяйственной продукции;

- агрессивным характером импорта продуктов питания и снижением потребления их населением.

Развитие науки как основы повышения эффективности интеграционных процессов, являясь глобальным процессом, в значительной степени определяет уровень экономики и перспективы развития продовольственного комплекса. Закономерности развития науки, лежащие в основе научно-технической революции, имеют планетарное значение, хотя их проявление зависит от многих факторов, среди которых особое значение имеют система государственного управления, природные и экономические условия и др.

В России имеется достаточно высокий научный потенциал, который в основном сосредоточен в Отделении сельского хозяйства Российской академии наук с прямым подчинением ФАНО. Научно - исследовательские учреждения размещены во всех субъектах страны, ведут фундаментальные и прикладные исследования и совместно с местными государственными и хозяйственными органами осуществляют научное обеспечение.

В настоящее время в стране функционируют 244 федеральных государственных научно-исследовательских учреждений подчиненных Федеральному агентству научных организаций. В составе институтов работало 52 селекционных центров, в том числе 42 по растениеводству, 8 по животноводству и 2 биотехнологии (3).

Для отработки научных решений в производственных условиях, а также производства семян высших репродукций, посадочного материала для садоводства, высококлассных племенных животных и птицы научно-исследовательские имеют 370 опытно-производственных и экспериментально-промышленных предприятий с общей земельной площадью 5 млн. га, в том числе 1,6 млн. га пашни.

Научными учреждениями в 2016 году передано Минсельхозу России для освоения в производстве 293 энергетически эффективных сортов сельскохозяйственных культур; 9 новых типов и кроссов животных и птицы типа. Разработано 286 технологических способов и приемов, создано 140 единиц машин и оборудования, 68 средств химической защиты растений. Получено 741 патента. Большинство разработок не уступает по ряду показателей мировым аналогам.

Достижения науки становятся достоянием практики, если результаты законченных научно-исследовательских работ осваиваются практикой. В этой связи важным является совершенствование управления внедренческими работами. Основным документом, стимулирующие активизацию инновационных процессов ныне является Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции на 2013-2020 годы которая сегодня нуждается в серьезной корректировке (1).

Анализ показывает, что в Программе отсутствует четкая концепция активизации инновационных процессов в части механизма стимулирования научных разработок, информационного обеспечения, выделения необходимых финансовых ресурсов на научно-техническую продукцию по наиболее важным направлениям развития сельского хозяйства, что снижает уровень интенсификации производства сельскохозяйственной продукции. По экспертной оценке

за 2014-2016 годы доля инновационной продукции использовалась в практике всего лишь 8%

В этой связи сегодня особое значение имеет совершенствование системы управления работами по активизации внедрения достижений научно-технического прогресса предусматривающее стимулирование как разработку инновационной продукции, так и его внедрение. Результаты завершенных научных исследований институтов, должны оперативно передаваться министерствам и ведомствам АПК, региональным органам агропромышленного производства, которые проводят экспертную оценку и планируют использования их при разработке проектов и программ реализации конкретных достижений научно-технического прогресса на предприятиях. Основная роль и заинтересованность в инновациях принадлежит непосредственным товаропроизводителям.

Для успешного освоения инноваций необходима система мер государственного протекционизма и соответствующий экономический механизм стимулирования, а так же правовые основы взаимоотношений государственных органов и товаропроизводителей, обеспечивающих их высокую восприимчивость и заинтересованность в освоении результатов исследований.

Непосредственное внедрение в производство инноваций должно осуществляться руководителями и специалистами структурных подразделений объединения. Они должны не только планировать, но и организовывать работу производственных подразделений, подбирать непосредственных исполнителей, обучать их технике, технологии и организации производства, контролировать ход выполнения проводимых мероприятий.

Успешное освоение инноваций во многом зависит от того, насколько плодотворны связи ученых с руководителями и специалистами, соединяющих науку с производством.

#### **Список использованных источников**

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы, утвержденной постановлением правительства РФ от 14 июля 2012 года, № 717.
2. Указ президента РФ «О стратегии научно-технического развития Российской Федерации» от 1 декабря 2016 года, № 642.
3. Отчет Отделения сельскохозяйственной науки РАН фундаментальных и прикладных научных исследований в 2016 году - М – 2016. -418 с.
4. Миронова Н.Н., Анищенко А.И. Совершенствование экономических методов управления и регулирования рынка в молочном скотоводстве. //Актуальная политика России в условиях международной и региональной интеграции. –М.-ВНИИЭСХ -201 – С.166-170.
5. Шутьков А.А. Новый вектор российской аграрной политики. //АПК: экономика, управление, 2015, №4 –С.3-7.

б. Шутьков А., Шутьков С. Ресурсно-инновационная стратегия импортозамещения: проблемы формирования и реализации. //Экономика сельского хозяйства России, №1 -2016. С.11-18.

*Ярлыкапов А.Б.<sup>1</sup>*

*Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации*

*Карпенко Г.Г.<sup>2</sup>*

*Кубанский государственный университет*

## **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЛЯМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В РОССИИ: ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены: эволюция управления земельными ресурсами в аграрной сфере России, результаты проведенного исследования по использованию земель сельскохозяйственного назначения в период экономических преобразований, обозначены проблемы, как на федеральном, так и на территориальном уровне субъекта Российской Федерации. Предложены рекомендации для решения выявленных проблем.

**Ключевые слова:** управление, земли сельскохозяйственного назначения, аграрный сектор, эффективное землепользование.

Земля в аграрном производстве играет особую роль. Она является основным природным ресурсом, материальным условием жизни и деятельности людей, базой для размещения и развития всех отраслей народного хозяйства, главным средством производства в сельском хозяйстве и основным источником получения продовольствия [10]. Судьба сельского мира в России всегда была связана с борьбой за ресурсы земли, а также за власть. С древних времен на Руси близость к земле оборачивалась не волей, а закрепощением. Отношения между землевладельцем и крестьянином строились преимущественно на административных методах управления, связанных с ограничением степени свободы земледельцев. Земля и земельные отношения служили основой феодальной системы. Постепенно самостоятельные землевладельцы стали превращаться в возделывателей чужой земли, что укрепило основы крепостного права.

Как отмечал А.А. Никонов [12], особую заботу проявлял о земле И.Т. Посошков, его взгляды предвосхитили на полвека обобщения и открытия А. Смита. Он был против мелкого дробления участков, выступал за твердое межевание и землеустройство, за посадку деревьев, предлагал штрафы за нерадивое отношение к земле, финансовое стимулирование мелиорации, осушения болот. Од-

---

<sup>1</sup> Ярлыкапов Абрар Бадретдинович - доктор экономических наук, профессор, академик РАЕН, профессор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

<sup>2</sup> Карпенко Г.Г. - доктор экономических наук, доцент, Кубанский государственный университет.

нако на протяжении более трех веков Российское правительство не решилось на реформирование крепостнических отношений.

### **Эволюция управления землями сельскохозяйственного назначения в России.**

Аграрный кризис, вызванный сохранением традиционного земельного уклада в России, определил новый поворот в земельной политике. Особое значение имел Манифест 1861 г., он был принят через 99 лет после екатерининского Акта о вольности дворянства. Самая многочисленная, кормящая и обороняющая нацию часть общества стала свободной по праву и получила возможность получать собственность, без которой свобода была иллюзорна [5, 6]. Это позволило России по экономическому развитию занять третье место в Европе после таких стран, как Дания и Швеция, обогнав при этом Францию, Германию, Италию, Бельгию и Голландию об этом писал В.И. Ленин в своей работе «Развитие капитализма в России» [9].

По мнению П.А. Столыпина, укрепление экономики страны можно провести только через модернизацию и подъем российской деревни. Он писал: «...государство у нас хворает. Самой больной, самой слабой частью... является крестьянство... все государство, все части государства должны прийти на помощь той его части, которая в настоящее время является слабой» [15]. Известно, что результаты аграрных мероприятий правительства П.А. Столыпина оказали благотворное влияние на развитие сельского хозяйства России.

Производство зерна в 1907–1913 гг. увеличилось по сравнению с 1900–1906 гг. с 26,7 до 30,5 млн пудов, или на 14,2 %. Рост урожайности зерновых составил 107% для ржи, 111,7 – для пшеницы, 106,6 – для овса и 133,7% – для ячменя. Экспорт хлеба за период с 1900 по 1913 г. почти удвоился. Никогда отечественное сельское хозяйство страны не имело столь благоприятных условий для своего развития. К тому же крестьянская кооперация развивалась небывалыми темпами. Если до 1906 г. по кооперативному движению Россия отставала от таких европейских стран, как Германия, Англия, Голландия, Дания, Швеция, Франция, Италия, то к 1915 г. по числу сельскохозяйственных кооперативов вышла на второе место в мире.

Благодаря столыпинской реформе, произошло развитие российского рынка и вхождение его в мировое пространство. Так, несмотря на то, что Россия позднее, чем Западная Европа, включилась в кооперативное движение, тем не менее она дала миру таких теоретиков и практиков кооперации, как М.И. Туган-Барановский, А.В. Чаянов, Н.А. Добролюбов, А.И. Чупров и др.

Декрет о земле 1918 г. фактически национализировал землю. Советское государство стало единственным собственником всей земли. В то же время продразверстка, введенная в 1919 г., подорвала материальную заинтересованность крестьян в увеличении производства [12]. К тому же Первая мировая война серьезно ослабила сельскохозяйственное производство, но благодаря новой экономической политики (нэп), благотворно повлиявшей на развитие сельхозпроизводства, произошло укрепление позиций крестьянской общины. Среднегодовые темпы прироста производства сельхозпродукции превышали 10%. Однако в последние годы нэпа замедлился рост сельхозпроизводства, при этом

деревня стала донором сверхвысоких темпов индустриализации страны. С крестьян, по выражению И.В. Сталина, следовало брать высокую «дань» [11].

Во времена «оттепели» (1953 г.) впервые были названы истинные причины отставания сельского хозяйства: сосредоточение сил и средств на создание тяжелой индустрии в ущерб сельскому хозяйству и легкой промышленности; нарушение принципа материальной заинтересованности крестьян; ущемление личного подсобного хозяйства при полном подчинении его общественному, от которого крестьянину мало чего доставалось; массовый уход крестьян в города; слабое использование техники; низкая трудовая дисциплина в самих колхозах [12]. Новый подход предусматривался в развитии инициативы и предприимчивости колхозников, но только в рамках ведения коллективного хозяйства.

Однако все нововведения, постановления, задачи, поставленные перед сельским хозяйством, не приносили желаемых результатов. Модель управления так и оставалась административной с командно-мобилизационным режимом организации. Поэтому в целом программа серьезных преобразований в сельском хозяйстве, давшая на первых порах положительные результаты, не решила главную проблему – раскрепощение крестьянина.

Как отмечал В.А. Пешехонов [14], в России государство не столько помогало сельскому хозяйству, сколько пыталось насаждать полюбившиеся ему формы хозяйствования. В этом смысле, невозможно не согласиться с мнением М.А. Коробейникова, что игнорирование прошлого опыта, обходится слишком дорого для последующих поколений [8]. Решение аграрного вопроса и устроенность крестьянской жизни никогда в России не были доведены до исполнения замысла. Как отмечал Л.И. Абалкин, «...к сожалению, в политических и общественных дискуссиях, в научном сообществе и в средствах массовой информации упор делается на решение текущих вопросов» [1]. Несомненно, такой подход лишает государство исторической памяти и соответственно не позволяет выйти из тупиков, в которые заводят многие политические и хозяйственные решения.

Таким образом, эволюционный подход в исследовании формирования модели управления сельским миром показал, что в современном российском аграрном секторе накопился ряд весьма существенных проблем, которые имеют давнюю историю, чтобы их решить, нужна продуманная долгосрочная стратегия. Вряд ли можно предложить новую теоретическую концепцию управления без научно-практического исследования всей истории российского крестьянства, его ценностей, без комплексного анализа экономических, управленческих, социальных, культурных, политических источников его развития.

Российская модель земельных преобразований на селе в 90-е годы исходила из принципа социальной справедливости, а не экономической эффективности. Так, изначально земельную долю получили пенсионеры и работники социальной сферы. Основная часть крестьян передавала свои земельные доли в аренду [7]. Закон РСФСР от 23 ноября 1990 г. «О земельной реформе» устанавливал переоформление земельных участков из государственной собственности в частную, причем на это было отведено всего два года. Предполагаемый срок переоформления истекал в 1992 г.

Результатом раздела земель сельскохозяйственных предприятий на земельные доли стало принципиальное изменение формы собственности на сельскохозяйственные угодья: около 115 миллионов гектар земли перешла из государственной собственности в частную. Поскольку сроки приватизации были сжаты, а предварительная подготовка страны к реформам отсутствовала, указанный срок не был выдержан, это оказало существенное влияние на дальнейший процесс приватизации в сельском хозяйстве. В связи с этим в сельскохозяйственном производстве реформа привела к значительному сокращению земель в пользовании сельскохозяйственных организаций и увеличению площадей, предоставленных населению.

По Указу Президента РФ «О неотложных мерах по осуществлению земельной реформы в РСФСР» принятыми решениями Правительство страны и другие ведомства должны были решить две задачи: 1) провести в 1992 г. реорганизацию колхозов и совхозов; 2) превратить членов их трудовых коллективов в собственников земельных долей. Соответственно разделу на доли подлежали сельскохозяйственные угодья колхозов, совхозов и других сельскохозяйственных предприятий. У владельцев земельных долей появилось право использовать их только для: 1) создания крестьянского хозяйства; 2) внесения в качестве взноса во вновь создаваемые товарищества, акционерные общества или сельскохозяйственные кооперативы; 3) продажи другим работникам хозяйства (в том числе для обмена на имущественный пай) или непосредственно хозяйству.

В 1993 году Указом Президента РФ «О регулировании земельных отношений и развитии аграрной реформы в России» права владельцев земельных долей были значительно расширены: доли разрешалось продавать, сдавать в залог, передавать по наследству, за счет долей можно было увеличить свое личное подсобное хозяйство. Однако реализовать упомянутый Указ было практически невозможно, так как после августовского путча 1991 г. и распада СССР экономический кризис в стране набирал темпы.

Принятый 25 декабря 2001 году Земельный кодекс РФ стал стержнем будущих законов, положил конец существующей сложной ситуации в сфере регулирования земельных отношений. Федеральный Закон № 101-ФЗ от 24 июля 2002 года «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» позволил сохранить целевое использование сельскохозяйственных земель, роль государства при их обороте, а также нормально функционирующую аграрную структуру и не допустить развития в стране института земельных рантье.

Принятая в 2007 году Концепция системы земельно-ипотечного кредитования должна была стать основой для формирования государственной политики в области развития земельно-ипотечного кредитования в сельском хозяйстве. Однако в силу некоторых недоработок в земельном законодательстве (отсутствие механизма фактического закрепления земли в частную собственность сельских товаропроизводителей) ипотечное кредитование не реализовано. А имеющее место не рациональное использование земли свидетельствует о существующем криминальном рынке земли. Без сомнения, от решения вопроса о земле зависит судьба сельского мира.

Земельная реформа продолжается более 25 лет, но противоречия в земельном законодательстве сохраняются. Затруднен кадастровый учет и государственная регистрация прав граждан на земельные участки, так как это связано с высокими издержками на проведение землеустроительных работ с длительной процедурой оформления земельных участков и проводится слабо развитыми методами мониторинга и контроля использования земель. В связи с этим большинство участников земельных правоотношений (граждане, юридические лица, государственные и муниципальные органы, иностранные юридические и физические лица) до настоящего времени не оформили в соответствии с действующим законодательством право собственности на землю. Это отразилось на эффективности ее использования.

Общая площадь земель сельскохозяйственного назначения по состоянию на 1 января 2015 г. составляла 403,2 млн. га, или 23,6% территории Российской Федерации. За годы земельных преобразований площадь этих земель сократилась на 235,9 млн. га, что было обусловлено их переводом в земли населенных пунктов, лесные угодья, земли запаса и другие категории земельного фонда [3].

Происходит качественное ухудшение всего земельно-ресурсного потенциала сельского хозяйства, снижается плодородие земельных участков. Несмотря на то, что к 2016 г. доля сельхозугодий в предприятиях новых форм хозяйствования возросла до двух третей, почти 60% пашни (или 59 млн. га) в них недоиспользуется, кормовых угодий – почти 50% (или 62,5 млн. га). В регионах Юга России доля недоиспользуемой пашни составляет почти одну четверть [4, 16]. На две трети уменьшилась доля сельхозугодий, используемых под кормовые культуры.

По данным Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2016 года, реальное выбытие продуктивных земель из сельскохозяйственного оборота более масштабно и оценивается в 41,5 млн. га сельскохозяйственных угодий.

Следует отметить основную причину сложившегося положения, которая заключается в прекращении деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей, в том числе с/х организаций и предприятий, крестьянских (фермерских) хозяйств из-за отсутствия ресурсов: материальных, финансовых, трудовых, неспособностью поддерживать пашню в надлежащем состоянии, невозможности ее обработки.

Несмотря на то, что в Федеральном Законе «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» предусмотрены механизмы нормативно-правового регулирования в сфере земельных отношений в части использования земель сельскохозяйственного назначения, тем не менее, в наведении порядка в земельных отношениях и повышении эффективности использования сельскохозяйственных земель имеются заметные недостатки. Происходит это из-за отсутствия функционирующей системы управления земельными ресурсами и неконтролируемого оборота земельных участков сельскохозяйственного назначения [13]. Причем закон устанавливает порядок принудительного прекращения прав собственности на неиспользуемые земли сельскохозяйственного назначения, однако, фактически и этот порядок не достаточно эффективен.

Изучение практики использования земель сельскохозяйственного назначения на территории муниципального образования «Горячий Ключ» Краснодарского края показало, что эффективность аграрного сектора, а следовательно и стабильность социально-экономической и политической обстановки в обществе, во многом определяется рациональным использованием земельных ресурсов, как неперенным условием наращивания производства продуктов питания и повышения устойчивости развития сельских территорий.

Проведенное исследование раскрыло весьма неблагоприятную картину по использованию земли в благодатном крае на юге России, причём значительную долю этих неиспользуемых массивов сельскохозяйственных угодий составляет особо ценная их часть - пашня.

Таблица 1

Использование земель сельскохозяйственного назначения по категориям землепользователей в МО «Горячий Ключ» на 01.09.2016 г. \*

Показатели	В хозяйствах всех категорий	в т. ч. по категориям землепользователей				Земли с-х. назначения, находящиеся в собственности Краснодарского края
		СХО	К(Ф)Х, ИП	ЛПХ	Прочие	
Земли сельхозназначения, всего, га	10708	7780	1500	1428	-	-
Доля земель, находящаяся в собственности сельхозпроизводителей, %	100,0	72,7	14,0	13,3	-	-
Неиспользуемые земли, всего, га	8761,3	3597,1	411,1	888,6	109,2	3755,3
в том числе:						
сады	364,4	9,9	0,0	124,0	0,0	230,5
пашня	5892,8	3392,2	178,0	490,2	72,8	1759,5
пастбище	2504,1	194,9	233,1	274,4	36,4	1765,2
Доля неиспользованных земель сельхозназначения по субъектам хозяйствования, %	100,0	41,1	4,7	10,1	1,2	42,9
Доля неиспользованных земель сельхозназначения по категориям землепользования, %						-
в том числе:						
сады	100,0	2,7	0,0	34,0	0,0	63,3
пашня	100,0	57,6	3,0	8,3	1,2	29,9
пастбище	100,0	7,8	9,3	11,0	1,5	70,5

\*Расчеты авторов по источнику: *Инвентаризация неиспользованных земель сельхозназначения по землепользователям муниципального образования «Горячий Ключ» Краснодарского края на 01.09.2016 года.*

Как видно из таблицы 46% земель сельскохозяйственного назначения (3597,1 из 7780 га), находящиеся в собственности сельскохозяйственных организаций, не используется.

Почти 43 процента (3755,3 га) от общего количества неиспользуемых земель сельскохозяйственного назначения приходится на земельный фонд, относящиеся к собственности администрации Краснодарского края.

Размер не используемой пашни в хозяйствах всех категорий составил более 67% (5893 га). Структурный анализ в разрезе собственников показал сле-

дующий объём этого показателя: в сельскохозяйственных организациях (СХО) составил 3392 га; в крестьянских (фермерских) (КФХ) – 178 га; в личных подсобных хозяйствах (ЛПХ) – 490 га; в прочих – 73 га (казацкая община, городская администрация, земли запаса); доля неиспользуемых земельных ресурсов под пашню, относящиеся к фонду перераспределения и земли без установленного правообладателя, относящиеся к собственности администрации Краснодарского края, составила 30% (1759,5 га).

Доля неиспользуемых земельных ресурсов под пастбища в хозяйствах всех категорий составляет почти 30% (2504,1 га), в том числе: в СХО - 195 га; в КФХ – почти 233 га; в ЛПХ – 274 га; прочие – 36,4 га (казацкая община, земли городская администрации и земли запаса); доля неиспользуемых земельных ресурсов под выпас скота, относящиеся к фонду перераспределения и земли без установленного правообладателя, относящиеся к собственности администрации Краснодарского края составила более 70% (1765,2 га).

Доля неиспользуемых земельных ресурсов в хозяйствах всех категорий под сады составила 4,3% (364 га), в том числе: в СХО - 0,3% (10 га); в ЛПХ – 14% (124 га); доля неиспользуемых сельхозугодия под сады, относящиеся к фонду перераспределения и земли без установленного правообладателя (собственность Краснодарского края) составила почти 44%, в том числе доля земли без установленного правообладателя составила более 63% (231 га).

Если рассматривать пустующие земли по категориям землепользования, то значительная доля неиспользуемых земель приходится на пастбища (более 70 %), пашню (30%) и земельные участки под сады, более 60% которых находятся в государственной собственности.

В результате нерационального использования земель сельскохозяйственного назначения аграрным сектором муниципального образования недополучено доходов более чем на 200,0 млн. руб., а упущенная выгода составила свыше 70,0 млн. руб. Это повлияло и на размер заработной платы тружеников села района и на качество их жизни.

Особенно вызывает беспокойство критическое состояние обеспечения земельными ресурсами под пастбища в сельских территориях, непосредственно в местах сельскохозяйственного производства, где обеспеченность пастбищами в среднем на голову скота от норматива составила всего 3,5%.

Таким образом, с одной стороны более 70 процентов земель сельскохозяйственного назначения не используется, а с другой стороны, в местах проживания основной массы сельского населения с благоприятными условиями для ведения аграрного производства из-за дефицита земельных ресурсов малый и средний агробизнес не имеет возможности в полной мере заниматься производством.

Все это свидетельствует об отсутствии системы управления земельными ресурсами и неконтролируемом обороте земельных участков сельскохозяйственного назначения. Как известно из-за неурегулированного или непрофессионального проведения землеустроительных работ на землях сельскохозяйственных организаций процесс формирования земельной собственности (земельных участков) шел с нарушением требований землеустроительного проек-

тирования, что привело к неэффективному использованию земельных ресурсов в Российской Федерации и сельских территориях ее субъектов Федерации.

**Предложения и рекомендации по совершенствованию системы управления земельными ресурсами.**

Руководствуясь действующим Земельным кодексом Российской Федерации, нормами Федерального закона от 01.01.2001 года, № 78-ФЗ «О землеустройстве», Федеральным законом «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения», а также отечественным и зарубежным опытом планирования и организации рационального использования земель и их охраны, можно рекомендовать следующую схему управления земельными ресурсами (рис. 1).



*Рисунок 1.* Методическое обеспечение для эффективного управления земельными ресурсами

Предлагаемая схема, во-первых, предполагает восстановление ранее существовавшую систему учета и оценки качества земельных ресурсов сельскохозяйственного назначения, включающая мероприятия по исследованию фактического состояния и наличия данной категории земель, в частности: инвентари-

зацию земельных участков; оценку качества земель сельскохозяйственного назначения не только как территориального базиса, объекта имущественных отношений, но и как главного средства производства в сельском и лесном хозяйстве; геодезические и картографические работы; почвенные, геоботанические, агрохимические и другие обследования и изыскания. Это позволит создать необходимую базу информации о количественном и качественном состоянии земель и, соответственно, возможности использования в сельском хозяйстве и ее перспективном потенциале.

Во-вторых, данная схема предполагает планирование использования земель на сельских территориях и установление правил землепользования сельскохозяйственными землями с определением территориальных зон, землеустроительных регламентов, а также порядок применения этих правил. Соответственно правила землепользования должны утверждаться нормативно-правовыми актами органов местного самоуправления, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, а землеустроительное зонирование территории должно проводиться в схемах землеустройства соответствующего административно-территориального уровня [2].

В-третьих, реализация данной схемы позволит организовать рациональное использование земель и их охрану методами землеустройства через землеустроительное проектирование и разработку соответствующих проектов межхозяйственного (территориального) землеустройства, а также проектов по осуществлению отдельных землеустроительных мероприятий. А также позволит осуществлять контроль за проведением землеустройства и оценивать состояние и использование земель, в результате проведенных землеустроительных работ.

**В заключение** необходимо отметить, что земельные отношения характеризуются условиями владения и пользования землей, правами и обязанностями землепользователей по отношению к государству, а также основными формами организации сельскохозяйственного производства. От характера земельных отношений зависит: рациональное распределение земельных ресурсов; соотношение укладов землепользования, условия купли, продажи, платы за пользование землей и эффективное использование земель сельскохозяйственного назначения.

#### **Список использованной литературы**

1. Абалкин Л. Аграрная трагедия России // Вопросы экономики.- 2009.- № 9.
2. Волков С.Н., Широкопад И.И. История землеустройства в России: научная монография. М.: ГУЗ, 2011.
3. Ерофеев Б.В. Земельное право: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2015.
4. Карпенко Г.Г., Ярлыкапов А.Б. Государственное регулирование аграрного сектора экономики страны // Государственное управление. -Электронный вестник. 2011.- № 27.
5. Ключевский В.О. Сочинения: в 9 т. М., 1989.- Т. 4.- С. 287.
6. Коробейников М.А. Аграрная реформа: крестьянство и власть. Исторический опыт. Анализ. Прогноз. М., 2002.

7. Коробейников М.А. Методы эффективного развития земельных отношений в России. Уроки прошлого. Мифы и реальность будущего. Земельный вопрос в российской исторической традиции. М., 2005.
8. Ленин В.И. Развитие капитализма в России / Полн. собр. соч. М., 1979. Т. 3.
9. Махотлова М.Ш., Кумехов А.А. Проблема управления земельными ресурсами в РФ // Научные открытия в эпоху глобализации: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2016.
10. Милосердов В.В. Аграрная политика России – XX век. М., 2002.
11. Никонов А.А. Спираль многовековой драмы: аграрная наука и политика России (XVIII—XX вв.). М., 1995.
12. О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в части совершенствования оборота земель сельскохозяйственного назначения: ФЗ РФ. URL: <http://duma.gov.ru>.
13. Пешехонов В.А. Государство и экономика. СПб., 1998.
14. Столыпин П.А. Полное собрание речей в Государственной думе и Государственном совете. М., 1991.
15. Ярлыкапов А.Б., Карпенко Г.Г. Совершенствование механизма государственного воздействия на аграрную экономику и оценка эффективности государственного регулирования АПК // Экономика и управление: проблемы, решения. 2013. № 12.

## СОДЕРЖАНИЕ

Вступительное слово	3
<i>Амиров Н. И., Миронова Н. Н.</i>	
Основные этапы структурных изменений в организационно-правовых формах хозяйствования сельскохозяйственных предприятий	7
<i>Анищенко А. Н.</i>	
Государственная поддержка аграрного сектора региона	15
<i>Алимжанов Э. И.</i>	
Регулирование банком России деятельности коммерческих банков	21
<i>Бабина Л. А.</i>	
Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью организации (на примере ООО ТД «Ренессанс»)	27
<i>Бобрышев А. Д.</i>	
Народные предприятия – способ решения противоречия между трудом и капиталом	32
<i>Бутенко О. В.</i>	
Коллективные предприятия: идея или необходимость?	36
<i>Герасенко В. П.</i>	
Возрастание роли малого бизнеса в развитии региональной экономики	40
<i>Горемыкин В. А.</i>	
Методы оценки инвестиционных рисков	48
<i>Гусев А. К., Тимофеев М. И.</i>	
Как не быть картельным сговорам в России, когда «все свои»?	57
<i>Дума М. Н.</i>	
Российский опыт коллективного хозяйствования (на примере народных предприятий)	63
<i>Ермаков Д. Н.</i>	
Актуальные аспекты совершенствования внутрифирменного законодательства в сфере труда (на примере АО «НИИ «Полюс» имени М.Ф. Стельмаха»)	67
<i>Звонарева Н. С.</i>	
Особенности финансирования субъектов малого бизнеса в России и за рубежом	73
<i>Илюк В. В.</i>	
Инженерное образование для молодежи, как потенциал развития высокотехнологичных предприятий	79
<i>Клейнер Г.Б.</i>	
Проблемы и перспективы развития российских предприятий	86
<i>Косаренко Н. Н.</i>	
Обязательные и факультативные элементы налога	92

<i>Копорева А. Д.</i> Финансовое планирование на предприятии	96
<i>Кособуцкий Б. Е.</i> Модернизация производственных мощностей – движущий фактор эффективного развития корпоративных нефтеперерабатывающих объединений	102
<i>Крылова Е.Б.</i> Управление малым бизнесом на основе развития ценностных ориентиров субъектов-участников отношений	107
<i>Кузьмина А. А.</i> Сравнительный анализ корпоративной культуры и системы мотивации акционерного общества и предприятий других организационно-правовых форм	111
<i>Мысаченко В. И. , Филиппова Т. Е.</i> Общие проблемы экономического развития и эффективность использования ресурсов	117
<i>Макеева В.Г., Шим Г.А.</i> Проектное управление в малом бизнесе	123
<i>Музалёв С.В.</i> Особенности бюджетирования в малом бизнесе	127
<i>Надеждин В. А.</i> Государственная поддержка процессов становления и развития коллективного предпринимательства	131
<i>Пайгина А. А.</i> Разработка конкурентной стратегии организации (на примере ООО «Ваш дом»)	134
<i>Решетов К.Ю., Данекер Мария (Германия)</i> Современное развитие малого предпринимательства в России и Германии: сходства и отличия	139
<i>Савченко И. Д.</i> Методы оценки формирования и использования трудовых ресурсов предприятия	149
<i>Савченко Ю.Ю.</i> О понятии экономического спора в Российском законодательстве	153
<i>Салимова Т.А. , Чурилов К.С. , Алимов Р.Р.</i> Роль Российской Федерации в международных экономических отношениях	157
<i>Самойленко Т. А.</i> Совершенствование системы материального и морального стимулирования персонала (на примере ООО ЦИСПиКТ»)	163
<i>Свиридовская Е. В.</i> Социальные аспекты мотивации труда в сельском хозяйстве	174
<i>Селезнев В.Н.</i> Оптимизация методов управления автоперевозок логистическими Менеджерами	180

<i>Симакина М. А.</i>	
Показатели качества жизни в системе государственного регулирования и государственной социальной политики	180
<i>Соснова А. С.</i>	
Мотивация сильных сотрудников и правильное отношение к ним	185
<i>Тимофеев М.И., Мысаченко В.И., Жеребцов В.И.</i>	
Другой взгляд на теорию менеджмента П. Друкера	189
<i>Тимофеев М.И., Гусев А.К.</i>	
Особенности управления персоналом в малом бизнесе	197
<i>Ткач Н.Д.</i>	
Кредитование малого и среднего бизнеса в современных условиях	202
<i>Филипп В.В.</i>	
Коммуникативная политика как составляющая имиджа малого предприятия	209
<i>Филипп В.В.</i>	
Оценка текущего имиджа малого предприятия (на примере магазина «Ювелирные изделия», Г. Луза Кировская области)	214
<i>Фильченков Г.А.</i>	
Формирование товарной политики и рыночной стратегии на предприятии	218
<i>Хабибуллин Р.И.</i>	
Малое предпринимательство и коллективные формы хозяйствования: опыт Китайской Народной Республики	223
<i>Шутьков А.А., Шутьков С.А.</i>	
Развитие форм хозяйствования: проблемы активизации инновационных процессов экономике агропромышленного комплекса	228
<i>Ярлыкапов А.Б., Карпенко Г.Г.</i>	
Проблемы управления землями сельскохозяйственного назначения в России: пути их решения	234

*Научное издание*

**ВЕСТНИК  
НАЦИОНАЛЬНОГО ИНСТИТУТА БИЗНЕСА**

*Выпуск 30*

Международная научно-практическая конференция  
«Малое предпринимательство и коллективные формы хозяйствования  
в современной экономике»  
19 декабря 2017 г.

Подписано в печать 28.01.2018. Формат 60x84/16  
Печать цифровая. Бумага офсетная №1. Печ. л. 15,5.  
Тираж 500 экз. Заказ № 18.  
111395, г. Москва, ул. Юности д. 5

Отпечатано в издательстве  
Московского гуманитарного университета  
111395, г. Москва, ул. Юности д. 5